

**PENERAPAN SINEMATOGRAFI DALAM KONTEN *YOUTUBE*
PADA *CHANNEL* ADRIAN WARDHANA**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memproleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi Jurusan Jurnalistik
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Alauddin Makassar

Oleh

REZKI DJUNAID
NIM:50500114079

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ALAUDDIN MAKASSAR**

2019

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rezki Djunaid
Nim : 50500114079
Tempat/Tgl/lahir : Ujung pandang, 11 Febriari 1997
Jurusan : Jurnalistik
Fakultas/program : Dakwah dan Komunikasi
Alamat : Btn. Minasa Upa Blok K14 No.24
Judul Skripsi : Penerapan Sinematografi dalam Konten
Youtube pada *Channel* Adrian Wardhana

Menyatakan dengan ini sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar dan hasil karya sendiri, jika dikemudian hari terbukti merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain secara keseluruhan. Maka skripsi ini dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Makassar, Agustus 2019

Peneliti

Rezki Djunaid
50500114079

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul "Penerapan Sinematografi Dalam Konten *Youtube* pada *Channel* Adrian Wardhana", yang disusun oleh Rezki Djunaid, NIM: 50500114079, mahasiswa Jurusan Jurnalistik pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang munaqasyah yang diselenggarakan pada hari Kamis, tanggal 19 September 2019 M, bertepatan dengan 19 Muharram 1441 H, dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Komunikasi, Jurusan Jurnalistik.

Makassar, 19 Septembert 2019 M.
19 Muharram 1440 H.

DEWAN PENGUJI:

Ketua : Dr. Hj. Nurlaelah Abbas, Lc., M.A

Sekretaris : Dr. Syamsidar, S.Ag., M.Ag

Munaqisy I : Drs. Muh. Alamsyah, M.Hum

Munaqisy II : Hasbullah Mathar, S.Hi., S.Sn., M.Si

Pembimbing I : Dr. Muhammad Anshar Akil, ST., M.St.

Pembimbing II : Dr. H. Suf Kasman, M.Ag

Diketahui oleh:

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Alauddin Makassar,



Firdaus Muhammad, M.A
NIP. 19760220 200501 1 002

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الحمد لله رب العالمين وبه نستعين على امور الدنيا والدين والصلاة والسلام على
سيدنا محمد وعلى اله واصحابه اجمعين

Puji syukur senantiasa penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, nikmat, karunia, dan hidayah-Nya serta atas izin-Nya sehingga penulisan skripsi dengan judul **“Penerapan Sinematografi dalam Konten YouTube pada Channel Adrian Wardhana”** dapat terselesaikan.

Shalawat dan salam kepada junjungan Nabi Muhammad SAW sebagai suri tauladan yang baik. Sosok pemimpin yang paling berpengaruh sepanjang sejarah kepemimpinan, yang berhijrah dari suatu masa menuju masa peradaban.

Keberhasilan penyusunan skripsi ini tidak akan pernah terwujud tanpa nasehat dan bantuan berbagai pihak yang terkait dengan penyelesaian tugas ini.

Penulis ingin menyampaikan terimakasih yang tak terhingga kepada:

1. Prof. Dr. H. Hamdan Juhanis M.A., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar, Wakil Rektor I Prof. Dr. Mardan, M.Ag, Wakil Rektor II Dr. Wahyuddin Naro, M.Pd, Wakil Rektor III Prof. Dr. Darussalam Syamsuddin, M.Ag, dan Wakil Rektor IV Dr. Kamaluddin Abunawas M.Ag, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu di UIN Alauddin Makassar.
2. Dr. Firdaus Muhammad M.Ag, selaku Dekan Fakultas Dakwah & Komunikasi UIN Alauddin Makassar, dan Wakil Dekan I Dr. Misbahuddin, M.Ag, Wakil Dekan II Dr. H. Mahmuddin, M.Ag, dan Wakil Dekan III Dr. Nursyamsiah, M.Pd.I yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu di Fakultas Dakwah & Komunikasi.

3. Drs. Alamsyah, M.HumdaN Dr. Syamsidar, M.Ag, selaku Ketua dan Sekertaris Jurusan Jurnalistik yang telah banyak meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan motivasi selama penulis menempuh kuliah berupa ilmu, nasehat, serta pelayanan sampai penulis dapat menyelesaikan kuliah.
4. Dr. Muh. Anshar Akil ST., M.Si, dan Dr. H. Suf Kasman, M.Ag, selaku pembimbing I dan II yang telah meluangkan banyak waktu untuk mengarahkan dan membimbing penulis dalam penyelesaian penulis skripsi ini.
5. Drs. Alamsyah, M.Hum, dan Hasbullah Mathar, S.Hi., S.Sn., MM selaku munaqisy I dan munaqisy II yang telah memberikan arahan, saran, dan masukan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh dosen yang telah memberikan bekal ilmu, bimbingan, arahan, motivasi, dan nasehat selama penulis menempuh pendidikan, pihak Perpustakaan Fakultas Dakwah & Komunikasi bersama seluruh pegawai yang telah memberi dukungan dan bantuan selama proses penyelesaian skripsi ini.
7. Adrian Wardhana selaku informan yang telah meluangkan waktu, member kesan hangat, dan berbagi ilmu kepada penulis selama melakukan penelitian.
8. Saribattang, BBC, Pengintip Alam, yang selalu memberi semangat dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Sahabat-sahabat tercinta penulis Ayu Anugrah S.I.Kom, Muh. Fajar S.I.Kom, Erwin S.I.Kom, Furqan Eka Sakti S.I.Kom, Anna Sherly Kamriani S.I.Kom, Nurul Arifah Anwar S.I.Kom, Hasriyanti Yusran S.I.Kom yang selalu membantu, menemani, menghibur, dan memberi semangat dalam penyelesaian skripsi ini.

10. Seluruh teman seperjuangan di Jurusan Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Komunikasi angkatan 2014 yang selalu memberimotivasi.

11. Kedua orang tua penulis H. Djunaid Das dan Hj. Sitti Patimah yang telah melahirkan ,memberi cinta dan kasih sayang, memotivasi hingga penulis bisa sampai ditahap ini.

Semoga Allah SWT senantiasa melipat gandakan balasan atas amal baik dengan rahmat dan nikmat-Nya. Ibarat pepatah “tak ada gading yang takretak” penulis menyadari sepenuhnya. Karya tulis ini masih jauh dari sempurna. Olehnya itu, kritik dan saran penulis harapkan untuk kesempurnaan penulisan di masa mendatang. Akhirnya dengan segala kerendahan hati, penulis mohon maaf jika ada kata-kata yang kurang berkenan dan semoga tulisan ini memberi manfaat bagi semua dan generasi muda yang terbaik.

WassalamuAlaikumWarahmatullahiWabarakatuh

Samata-Gowa Agustus 2019

Penulis,

Rezki Djunaid

NIM: 50500114079

DAFTAR ISI

JUDUL	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
ABSTRAK	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1-12
A. Latar Belakang.....	1
B. Fokus Penelitian dan Deskripsi Fokus.....	4
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Kajian Pustaka/ Penelitian Terdahulu.....	6
E. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN TEOROTIS.....	13-40
A. Sinematografi.....	13
B. New Media	23
C. Media Sosial	25
D. Youtube	27
E. Konten	33
F. Pandangan Islam tentang Sinematografi	36
BAB III METODE PENELITIAN	41-45
A. Jenis Penelitian	41
B. Pendekatan Penelitian	42
C. Sumber Data.....	42
D. Metode Pengumpulan Data.....	43
E. Instrumen Penelitian.....	44
F. Teknik Pengelolaan dan Analisis Data.....	45
BAB IV PENERAPAN SINEMATOGRAFI DALAM KONTEN YOUTUBE PADA CHANNEL ADRIAN WARDHANA	46-76
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	46
B. Konten Youtuber Adrian Wardhana	53
C. Teknik Sinematografi Youtuber Adrian Wardhana	64
BAB V PENUTUP	77- 78
A. Kesimpulan	77
B. Implikasi Penelitian.....	78
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN-LAMPIRAN	81

DAFTAR TABEL

Table 1.1	11
-----------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	26
Gambar 4.1	46
Gambar 4.2	46
Gambar 4.3	53
Gambar 4.4	56
Gambar 4.5	57
Gambar 4.6	59
Gambar 4.7	61
Gambar 4.8	62
Gambar 4.9	64
Gambar 4.10	65
Gambar 4.11	66
Gambar 4.12	66
Gambar 4.13	67
Gambar 4.14	68
Gambar 4.15	68
Gambar 4.16	69
Gambar 4.17	69
Gambar 4.18	70
Gambar 4.19	71
Gambar 4.20	72
Gambar 4.21	73
Gambar 4.22	73
Gambar 4.23	74

Gambar 4.24	75
-------------------	----

ABSTRAK

Nama : Rezki Djunaid

NIM : 50500114079

**Judul : Penerapan Sinematografi dalam Pembuatan Konten *YouTube* pada
*Channel Adrian Wardhana***

Skripsi ini membahas tentang Penerapan Sinematografi dalam Pembuatan Konten *YouTube* pada *Channel Adrian Wardhana* yang bertujuan untuk mengetahui Bagaimana konten pada *channel YouTube* Adrian Wardhana dan Bagaimana penerapan sinematografi pada konten *channel YouTube* Adrian Wardhana

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan keilmuan (ilmu jurnalistik) dengan teori teknik sinematografi Joseph V. Mascelli A.S.C. teknik pengumpulan data dilakukan dengan obserasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah reduksi data, display data, dan penarikan kesimpulan

Hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa 1) Konten pada *channel* Adrian Wardhana mencakup tiga tema utama yaitu makanan, keresahan masyarakat dan *gadget*. Pada tema makanan ia memilih De Jalkots – Jalangkote yang paling beda dan enak di Makassar dan Megah Mie- mie instan legend di Makassar. Pada tema keresahan ia memilih Harian Anwar (anak warnet) – bermain gratis di Warnet dan UIN Alauddin yang selalu dipandang sebelah mata. Sedangkan untuk tema *gadget* Adrian Wardhana menjelaskan tentang *Review Vivo Y91* dan *Review Vivo Y93*. 2) Ada 5 teknik sinematografi menurut Joseph V. Mascelli A.S.C yang juga dilakukan oleh Adrian Wardhana dalam membuat konten *YouTube* yaitu *camera angle* (sudut pengambilan gambar), *Shot size* (ukuran gambar), komposisi, *cutting /editing*, dan *continuity* (kesinambungan).

Adapun implikasi penelitian yang dapat diberikan oleh peneliti terkait konten dan teknik sinematografi yang dilakukan oleh *youtuber* Adrian Wardhana yaitu diperlukan tim atau sebuah *crew* untuk lebih meningkatkan kualitas pengambilan gambar dan konten yang ingin dibuat selanjutnya, konten untuk *channel YouTube* Adrian Wardhana lebih beragam lagi, lokasi syuting untuk video pada *channel YouTube* Adrian Wardhana lebih bervariasi, dan dapat mempertahankan nilai-nilai agama dalam konten untuk *channel YouTube* nya.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sinematografi adalah kata serapan dari bahasa Inggris yaitu *cinematography* yang berasal dari bahasa latin kinema ‘gambar’. Sinematografi sebagai ilmu terapan merupakan bidang ilmu yang membahas tentang teknik menangkap gambar dan menggabung-gabungkan gambar tersebut sehingga menjadi rangkaian gambar yang dapat menyampaikan ide.¹

Teknik sinematografi menjadi faktor utama dalam pembuatan film. Penyampaian pesan dalam film sangat dipengaruhi oleh bagaimana sutradara bisa mengarahkan teknik sinematografi dengan baik

Sinematografi memiliki objek yang sama dengan fotografi yakni menangkap pantulan cahaya yang mengenai benda. Karena objeknya sama maka peralatannya pun mirip. Perbedaannya peralatan fotografi menangkap gambar tunggal, sedangkan sinematografi menangkap rangkaian gambar.² Jadi sinematografi adalah gabungan antara fotografi dengan teknik perangkaian gambar.

Sinematografi adalah salah satu upaya manusia untuk menggambarkan kepada orang lain, melalui penggunaan teknik yang menggabungkan gambar gerak dan teks. Jadi salah satu tugas sinematografi adalah menjadikan gambar sebagai bahasa visual kepada audiens agar menjadi suatu pesan yang berarti.

¹ Baharur Rosyidi duraisya, *Educational Technology*. (<https://bahurrosyididuraisy.wordpress.com/research/sinematografi/>) diakses pada tanggal 14 Juli 2019.

² Baharur Rosyidi duraisya, *Educational Technology*. (<https://bahurrosyididuraisy.wordpress.com/research/sinematografi/>) diakses pada tanggal 14 Juli 2019.

YouTube adalah sebuah situs *web video sharing* (berbagai video) Yang populer dimana para penggunanya dapat memuat, menonton dan berbagi klip video secara gratis. Didirikan pada bulan februari 2005. Umumnya video-video yang terdapat di *YouTube* adalah video klip film, TV, serta video buatan para penggunanya sendiri.³

YouTube merupakan situs yang didirikan tiga sekawan yaitu Chad Hurley, Steven Chen, dan Jawed Karim.⁴ Situs ini berungsi untuk mengunggah video yang dapat kita bagikan (*share*) kepada khalayak di internet. Didalamnya terpadat video-video yang telah diunggah dan dapat kita lihat tanpa harus menunggu lama.

Tak kalah menarik juga *YouTube* menyediakan fitur siaran langsung (*live streaming*). Penonton juga bisa langsung memberi komentar pada kolom yang telah disediakan, hal ini yang membedakan dengan televisi. Kehadiran *YouTube* juga menjadi media sosial yang paling diminati masyarakat karena didalamnya terdapat berbagai macam jenis video mulai dari hiburan, berita-berita terpopuler, tips dan trik, serta masih banyak yang lainnya.

YouTube memiliki jaringan yang sangat luas tidak hanya di daerah tertentu, namun semua orang dari berbagai belahan dunia dapat menonton atau mengaksesnya. Video-video yang terdapat di *YouTube* dapat diputar dimanapun bahkan sampai ke Amerika sekalipun.

Kita juga dapat menjadi penonton atau orang tercepat yang menonton video yang baru diunggah dengan menggunakan fitur berlangganan (*subscrib*) yang

³ Tjanatjantia. Widika dalam Fatty Faiah, Muh. Nadjib, Andi Subhan Amir, *YouTube sebagai sarana komunikasi bagi komunitas Makassarvidgram*, Jurnal Komunikasi KAREBA Vol. 5 No.2 2016

⁴ <https://id.wikipedia.org/wiki/YouTube>, diakses pada tanggal 12 Maret 2019 .

berwarna merah serta menekan gambar lonceng yang akan mengirimkan kita notifikasi jika ada unggahan baru secara gratis.

Saat ini *YouTube* menjadi situs online video provider paling dominan di Amerika Serikat, bahkan dunia, dengan menguasai 43% pasar. Diperkirakan 20 jam durasi video di *upload* ke *YouTube* setiap menitnya dengan 6 miliar *views* perhari. *YouTube* kini telah menjadi kebutuhan dari penggunanya, fitur-fitur yang ditawarkan dengan kemajuan teknologi *YouTube* saat ini sangatlah membantu dari segala aspek yang dibutuhkan.

Salah satu perbedaan *YouTube* yang paling menonjol dengan televisi konvensional adalah videonya padat diputar berulang-ulang oleh penonton (pengguna). Televisi hanya dapat ditonton saat disiarkan saja dan tidak hanya itu *YouTube* juga menyajikan konten yang bervariasi, berbagai video yang ada didalam situs ini tentunya dapat ditonton secara gratis asalkan terhubung dengan koneksi internet.

Video-video yang terdapat dalam *YouTube* merupakan karya seni dari tiap pemilik individu yang membuatnya. Video tersebut tidak akan menjadi sebuah karya seni yang bagus tanpa memperdulikan teknik sinematografinya. Teknik sinematografi merupakan sebuah cara dalam pembuatan video yang meliputi *angle* gambar, *moving* gambar, komposisi gambar, dan tata *lighting*. Semua unsur yang terdapat pada teknik sinematografi sangat dibutuhkan dalam membuat karya seni berupa video. Penggunaan teknik sinematografi yang baik akan penyampaian pesan kepada penonton.

Karya atau konten-konten yang ada pada *channel* Adrian Wardhana mengandung nilai-nilai sinematografi dan pembahasan yang unik serta menarik hati.

Konten dalam setiap *video* berbeda-beda dan dikelompokkan dalam beberapa kategori.

Salah satu konten yang menarik perhatian peneliti adalah konten keluhan-kesh Adrian Wardhana. Peneliti memilih konten ini karena peneliti berdomisili di Makassar dan setelah menonton konten tersebut peneliti menyadari beberapa pandangan masyarakat di kota Makassar dan ingin mengetahui lebih dalam lagi mengenai teknik sinematografi dan pemilihan konten.

B. Fokus Penelitian dan Deskripsi Fokus

1. Fokus Penelitian

Penelitian ini berjudul “Penerapan Sinematografi dalam Konten *YouTube* pada *channel* Adrian Wardhana”. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan jenis deskriptif. Maka penelitian ini akan difokuskan pada bagaimana konten pada *channel*-nya serta penerapan sinematografi yang digunakannya.

2. Deskripsi Fokus

Untuk menghindari kesalahan pemahaman dalam menginterpretasikan fokus penelitian ini sekaligus memudahkan pemahaman dan menyamakan persepsi antara pembaca dan penulis, maka penulis akan mendeskripsikan fokus penelitian sebagai berikut:

a. Konten

Konten adalah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik⁵. Penyampaian konten dapat dilakukan melalui berbagai medium seperti internet, televisi, CD audio bahkan acara langsung seperti konferensi

⁵ Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi 4 dalam Wikipedia <https://id.wikipedia.org/wiki/Konten> diakses pada tanggal 15 Juli 2019.

dan pertunjukan panggung. Istilah ini digunakan untuk mengidentifikasi beragam format dan genre informasi sebagai komponen nilai tambah media.

b. Sinematografi

Sinematografi (*cinematography*) adalah kata serapan dari bahasa Inggris, dan bahasa lainnya *Kinema* (gambar) dan *Graphoo* (menulis). Sinematografi sebagai ilmu terapan merupakan bidang ilmu yang membahas tentang teknik menangkap gambar dan menggabungkan gambar tersebut hingga menjadi rangkaian gambar yang dapat menyampaikan ide.

c. *Youtuber*

Youtuber adalah seseorang yang menjadikan *YouTube* sebagai media untuk berbagi video tentang dirinya ataupun hal-hal lainnya yang menjadikan dia sebagai videografer internet, atau pembuat konten *YouTube* dan telah mendapatkan popularitas dari video mereka disitus *YouTube* dan juga mendapatkan penghasilan dari view video mereka.

d. Adrian Wardhana

Merupakan *youtuber* yang mengawali karirnya sebagai comika yang berasal dari Sudiang. Berkuliah di Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Fakultas Sains dan Teknologi Jurusan Sistem Informasi angkatan 2013. Lulus pada 26 September 2018. Sekarang memiliki *subscriber* sebanyak 112 ribu pada *channel YouTube* – nya.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan pokok permasalahan penelitian ini maka sub masalah adalah :

- a. Bagaimana konten pada *channel YouTube* Adrian Wardhana?
- b. Bagaimana penerapan sinematografi pada konten *channel YouTube* Adrian Wardhana?

D. Kajian Pustaka

Setelah menelusuri beberapa penelitian terdahulu, ditemukan beberapa skripsi yang relevan dengan penelitian ini. Atas dasar itu penelitian terdahulu dianggap perlu untuk dihadirkan. Berikut uraian penelitian terdahulu diantaranya:

1. Skripsi berjudul “Teknik Sinematografi dalam menggambarkan pesan optimisme melalui film *Tenggelamnya Kapal Van Der Wijck*”.

Penelitian oleh Dedy Irawan mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang meneliti tahun 2016. Tujuan dari penelitian ini adalah menjelaskan bagaimana pesan optimisme dalam film *Tenggelamnya Kapal Van Der Wijck* dilihat dari Teknik Sinematografinya.

Metode penelitian ini menggunakan jenis kualitatif dengan berfokus pada pesan optimisme dan menggunakan teori Joseph V. Mascelli melalui *camera angle, composition, shot size, continuity*, dan *cutting*. Sedangkan optimisme menggunakan teori Daniel Goleman yang terdiri dari 5 sifat yaitu memiliki pengharapan tinggi, mampu memotivasi diri, mempunyai kepercayaan diri yang tinggi, pintar menemukan solusi dalam setiap permasalahan, dan tidak bersikap pasrah.

Hasil dari penelitian ini adalah pada film ini menggunakan tiga sudut pandang kamera objektif, subjektif dan poin of view. *Angle camera* yang sering digunakan adalah *eye level angle* yaitu untuk memberikan kesan psikis netral. dan penggunaan komposisi adalah komposisi dinamis. Serta *cutting continuity* yang sering digunakan dan menggunakan *continuity* waktu.

2. Skripsi berjudul “Efektifitas *YouTube* Sebagai Media Penyebaran Informasi”

Penelitian oleh Ali Akbar mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh tahun 2018. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui efek *YouTube* dalam menyebarkan informasi, untuk mengetahui efek *Serambi on TV* dalam menyebarkan informasi melalui *YouTube* dan untuk mengetahui hambatan-hambatan yang dihadapi *Serambi on TV* dalam menyebarkan informasi melalui *YouTube*.

Penelitian ini menggunakan teori *use and gratification* dengan metode deskriptif kualitatif, yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah pihak redaksi *Serambi on TV* dan juga 10 orang penonton yang sering mengaksesnya.

Hasil dari penelitian ini pertama, efek yang didapat penonton dengan mencari informasi di *YouTube* terdiri dari efek *kognitif*, *afektif*, integrasi pribadi, integrasi social, dan efek berkhayal. Kedua, *YouTube* sangat efektif bagi *Serambi on TV* dalam menyebarkan informasi karena keefektifan yang didapat dalam menyebarkan informasi melalui *YouTube* adalah penggunaan yang praktis, jumlah *subscriber* yang semakin bertambah, mendapatkan penonton yang luas (global), dan mengikuti perkembangan zaman. Ketiga,

hambatan yang dialami Serambi on TV dalam menyebarkan informasi melalui *YouTube* yaitu terganggunya kinerja karena koneksi jaringan yang lambat, servis *YouTube* yang sewaktu-waktu bermasalah, dan tidak dapat menjangkau daerah-daerah yang koneksi internetnya belum ada. Namun masalah itu dapat diatasi dengan memanggil tim *Information Technology* (IT) untuk menormalkan kembali koneksi internet, jika *server YouTube* mengalami masalah solusinya dengan menyebarkan berita ke *Facebook*, dan terakhir tim Serambi on TV selalu melakukan promosi baik media cetak maupun *online* agar penontonnya selalu bertambah.

3. Skripsi berjudul “ Pengaruh *YouTube* Dalam Menyajikan Informasi Musik Korea terhadap Gaya Hidup Mahasiswa UIN Alauddin Makassar”.

Penelitian oleh Lily Fadhilah Saitrah Mambani mahasiswi jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar pada tahun 2014. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peran *youtube* terhadap memberi informasi penyebar luasan music pop Korea pada mahasiswa UIN Alauddin Makassar dan untuk mengetahui dampak perkembangan music pop Korea pada *youtube* dalam mempengaruhi gaya hidup mahasiswa UIN Alauddin Makassar.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Orientasi penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara mendalam serta observasi. Teknik analisis data menggunakan metode analisis mikro, meso dan makro. Analisis pada level mikro yaitu menganalisis peran *youtube* sebagai media awal bagi informan dalam mengkonsumsi tayangan musik Korea. Analisis pada level

meso yaitu menganalisis penggemar musik Korea sebagai sebagai sebuah sub-kultur yang menciptakan suatu fanatisme terhadap budaya pop Korea. Analisis pada level makro yaitu menganalisis bagaimana cara anggota sub-kultur budaya op Korea (musik Korea) mengkonsumsi musik Korea dalam kehidupan sosialnya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertama, ternyata *YouTube* sebagai media massa dalam memberikan informasi music Korea sangat besar, media *YouTube* bukan hanya mampu memberikan informasi music Korea tai sebagai hal yang menyangkut dengan budaya populer Korea dapat ditemukan di *YouTube*. Kedua, kehadiran *YouTube* sebagai media yang cepat, lengkap dan mudah bagi para penggemar music Korea memudahkan bagi para pendengar untuk senantiasa mengakses informasi tentang music Korea bahkan budaya pop korea lainnya di *YouTube*.

4. Skripsi berjudul “Teknik Sinematografi dalam Melukiskan Figur K.H. Ahmad Dahlan (Studi Deskriptif pada film Sang Pencerah)

Penelitian oleh Syamsu Dhuha Firman Ridho mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta pada tahun 2014. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana teknik sinematografi yang digunakan dalam melukiskan figure K.H. Ahmad Dahlan pada film Sang Pencerah karya Hanung Bramantyo.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif kualitatif. Analisis data menggunakan bahan visual untuk menganalisis dokumentasi, yaitu berupa film Sang Pencerah.

Hasil penelitian menunjukan teknik sinematografi yang banyak digunakan adalah tipe *angle* objektif, *eye level angle*, *long shot size*, *still* kamera, dan *don lighting*. Adapun hasil analisis beberapa gambar menunjukan figut K.H. Ahmad Dahlan dilukiskan sebagai figure yang membuka diri terhadap kemajuan teknologi dan pengetahuan. Beliau tidak menutup diri sebagaimana tokoh-tokoh lainyang ada didalam film. *Kedua*, K.H. Ahmad Dahlan dilukiskan sebagai figure yang memiliki kepedulian terhadap dunia pendidikan. *Ketiga*, K.H. Ahmad Dahlan dilukiskan sebagai figure yang selalu menyantuni fakir miskin. Beliau memiliki kepedulian yang tinggi terhadap fakir miskin.

No	Peneliti Terdahulu	Fokus	Teori	Metode	Hasil
1	Dedy Irwan Teknik Sinematografi dalam menggabarkan pesan Optimisme melalui film <i>Tenggelamnya Kapal Van Der Wijck</i>	Pesan optimisme yang disampaikan melalui film <i>Tenggelamnya Kapal Van Der Wijck</i>	Joseph V. Mascelli	Kualitatif dengan berfokus pada pesan optimisme	Film ini menggunakan 3 tipe sudut pandang kamera objektif, subjektif dan poin of view
2	Ali Akbar Efektifitas YouTube sebagai media penyebaran informasi	Efektifitas penyebaran informasi melalui YouTube bagi Serambi on TV	<i>Use and gratification</i>	Deskriptif kualitatif	Penggunaan yang praktis, jumlah <i>subscriber</i> yang semakin bertambah, mendapatkan penonton yang luas
3	Lily Fadhilah Saitrah Mambani Pengaruh YouTube dalam menyajikan informasi music Korea terhadap gaya hidup mahasiswa UIN Alauddin Makassar	Mengetahui peran YouTube terhadap pemberian informasi dan untuk mengetahui dampak terhadap gaya hidup mahasiswa UIN Alauddin Makassar	Analisis mikro, meso, dan makro	Deskriptif kualitatif	YouTube memberikan informasi yang sangat besar dan memudahkan bagi para pendengar
4	Syamsu Dhuha Firman Ridho Teknik Sinematografi dalam melukiskan Figur K.H. Ahmad Dahlan (studi Deskriptif pada Film Sang Pencerah)	Mengetahui bagaimana teknik sinematografi yang digunakan dalam melukis figur K.H. Ahmad Dahlan ada film Sang Pencerah	Joseph V. Mascelli	Deskriptif kualitatif	Teknik sinematografi yang digunakan adalah tipe <i>angle</i> objektif, <i>eye level</i> <i>angel</i> , <i>long shot</i> <i>size</i> , <i>still</i> kamera, dan <i>down lighting</i>

E. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah diatas maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui konten yang ada pada *channel* YouTube Adrian Wardhana.
- b. Untuk mengetahui penerapan sinematografi yang digunakan Adrian Wardhana pada konten *channel* YouTube-nya.

Kegunaan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

- a. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu dalam segi keilmuan komunikasi.
- b. Dapat memberi masukan, kontribusidan rangsangan dalam pembuatan konten atau video dalam pembelajaran sinematografi.
- c. Dapat menjadi bahan informasi bagi pembaca dan menjadi referensi bagi peneliti lain.
- d. Menambahkan keragaman dalam penelitian Komunikasi pada studi Jurnalistik.

2. Manfaat Praktis

- a. Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan dapat mengambil pembelajaran serta pengaplikasian dalam kehidupan sehari-hari.
- b. Diharapkan dapat menjadi bahan rekomendasi dan evaluasi bagi pelaku fotografi. Dan sebagai sumbangan pemikiran dan pertimbangan untuk perkembangan mata kuliah sinematografi di fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Alauddin Makassar.

BAB II

TINJAUAN TEORETIS

A. Sinematografi

Sinematografi (*cinematography*) adalah kata serapan dari bahasa Inggris, dan bahasa lainnya *Kinema* (gambar) dan *Graphoo* (menulis). Sinematografi sebagai ilmu terapan merupakan bidang ilmu yang membahas tentang teknik menangkap gambar dan menggabung-gabungkan gambar tersebut hingga menjadi rangkaian gambar yang dapat menyampaikan ide.⁶ Teknik sinematografi menjadi faktor utama dalam kesuksesan pembuatan film. Penyampaian pesan dalam film sangatlah dipengaruhi oleh bagaimana sutradara bisa mengarahkan teknik sinematografi dengan baik.

Menurut Joseph V. Mascelli A.S.C terdapat beberapa aspek yang di perlukan agar pengambilan dalam teknik sinematografi yang akan dilakukan mempunyai nilai sinematografi yang baik, yaitu mengatur maksud motivasi dan maksud *shot*-nya serta kesinambungan cerita untuk menyampaikan pesan dari sebuah film, yaitu:

1. *Composition* (komposisi)

Komposisi adalah suatu cara untuk meletakkan objek gambar di dalam layar sehingga gambar tersebut tampak menarik, menonjol dan bisa mendukung alur cerita.⁷ Secara sederhana komposisi dapat diartikan sebagai suatu cara untuk membuat sebuah gambar dalam sebuah *frame* terlihat menarik dan objek yang ingin ditampilkan terlihat lebih menonjol. Menurut

⁶ Sigit Hariyadi, *Modul Video Sebagai Media Bimbingan dan Konseling*, (Semarang: Sigit Hariyadi:2011), hal. 7.

⁷ Bambang Samedhi, *Sinematografi-Videografi suatu pengantar*, (Bogor: Ghalia Indonesia:2001) hal. 43.

Bambang Semedhi, seperti yang ditulis dalam bukunya, teori komposisi terdiri dari tiga unsur, yaitu:⁸

a. *Rule of third* (teori sepertiga layar)

Teori sepertiga layar adalah menempatkan pusat atau titik perhatian (*poin of interest*). Untuk menentukan *poin of interest* terdapat beberapa cara, yaitu:

- Layar dibagi menjadi tiga bagian secara horisontal dan vertikal dengan membuat garis *imaginer*. Pertemuan antara garis-garis *imaginer* itulah terletak titik perhatian,
- Upayakan objek yang dijadikan pusat perhatian berada pada dua titik, bahkan berada pada tiga titik untuk hasil yang lebih baik.
- Jangan hanya terpaku pada teori ini saja, karena masih banyak variasi teori *poin of interest* lain untuk menonjolkan sebuah objek.

b. *Golden mean area* (area utama titik perhatian)

Golden mean area (area utama pusat perhatian) adalah suatu cara untuk membuat sebuah kombinasi yang baik, khususnya untuk ukuran gambar *close up*. Tujunnya adalah untuk menonjolkan ekspresi atau detail objek. Cara untuk membuat *golden mean area* dengan membagi layar menjadi dua bagian secara mendatar, kemudian membagi lagi menjadi 3 bagian disisi atasnya. Sehingga objek akan berada di atas setengah layar dan dibagi seperti layar.

⁸ Bambang Semedhi, *Sinematografi-Videografi suatu pengantar*, (Bogor: Ghalia Indonesia:2001) hal 44-46.

c. *Diagonal depth*

Diagonal depth adalah suatu panduan untuk pengambilan gambar luas (*long shot*) yang mempertimbangkan unsur-unsur diagonal sebagai komponen gambarnya. Tujuannya untuk memberikan kesan mendalam (*depth*) dan kesan tiga dimensi. Unsur yang perlu diperhatikan dalam diagonal adalah objek yang dijadikan latar depan, objek yang berada di bagian tengah harus terlihat jelas dan menonjol, sedangkan unsur *background* sebagai penambah dimensi, sehingga gambar tampak tiga dimensi.

Sebuah komposisi yang bagus adalah kemampuan sang sinematografer untuk meletakkan setiap komponen gambar yang diperlukan ke dalam satu *frame* secara seimbang. Bagus atau tidaknya komposisi yang telah disusun oleh sang pembuat, akan ditentukan oleh penilaian penonton.⁹

Beberapa komposisi dasar teknik sinematografi:¹⁰

a. *Rule of third*

Aturan penempatan objek gambar dengan *rule of third* terbagi menjadi 9. Pembagiannya adalah dengan dua garis imajiner yang memotong *frame* secara vertikal serta dua garis secara horizontal. Hasilnya adalah *grid* 3x3 yang masing-masing kotaknya berukuran sama. Dan titik-titik itulah objek gambar ditempatkan.

⁹ <https://blogyounameit.wordpress.com/2014/04/10/tips-n-tricks-mengenal-istilah-5-c-dalam-sinematografi/> diakses pada 14 Juli 2019.

¹⁰ <https://www.google.com/amp/s/haho.co.id/media/tutorial/productioncrew/4-komposisi-gambar-teknik-sinematografi-yang-bikin-video-kamu-lebih-oke/> . diakses pada 14 Juli 2019.

b. Head Room

Tujuan dari teknik sinematografi ini adalah untuk memberi ruang di atas kepala objek gambar. Tidak perlu banyak, cukup dengan 20-30% dari total lebar *frame* secara vertikal.

c. Looking room/nose room

Jika ruang bagian *head room* dihitung secara vertikal, maka *looking room* adalah ruang yang dilihat secara horizontal. *Looking room* adalah cara untuk memberikan ruang yang cukup bagi objek gambar mengarahkan pandangannya. Harus selalu ada ruang lebih di arah pandangan mata dibandingkan di sisi sebaliknya.

d. Natural framing

Objek gambar ditempatkan di tengah *frame*. Cara pengambilan gambar ini cocok untuk menangkap perhatian penonton secara cepat.

e. Leading lines

Leading lines adalah garis gambar yang mengarahkan mata dari satu titik pada titik lain pada gambar melalui satu garis lurus yang dibuat diagonal.

2. *Camera Angle* (sudut pandang kamera)

Camera angle merupakan suatu sudut pandang yang mewakili penonton. Pengambilan suatu sudut pandang suatu kamera yang baik harus sangat diperhatikan, karena hasil gambar yang baik akan membuat alur sebuah cerita lebih menarik. Sudut pandang kamera dapat diartikan mata penonton.

Penggunaan *camera angle* yang baik akan menambah visualisasi dramatic dari cerita, dan sebaiknya bila pemilihan sudut pandang kamera hanya srabutan tanpa mempertimbangkan dari nilai-nilai estektika akan merusak atau membingungkan penonton dengan pelukisan adegan sedemikian rupa hingga maknanya sulit untuk dipahami.¹¹

a. Tipe-tipe kamera *angle*

- *Angle* kamera objektif

Sudut pandang kamera dari sudut pandang penonton. Sudut pandang ini tidak melibatkan penonton ataupun pemain tertentu. Sudut pandang ini tidak mewakili siapapun. Peristiwa dalam adegan bukan merupakan sudut pandang penonton yang tersembunyi. Sehingga penonton tidak diikutsertakan secara aktif dalam adegan. Dalam hal ini seorang *actor* tidak boleh memandang kearah kamera saat melakukan adegan karena seolah-olah berada di tempat tersembunyi.¹²

- *Angle* kamera subjektif

Kamera subjektif adalah penempatan kamera yang bersifat mengajak penonton ikut berperan dalam peristiwa atau adegan. Ataupun dengan cara memegang dari sudut pandang pemain. Sudut pandang kamera dari penonton yang dilibatkan. Misalnya pemain melihat ke penonton maupun dari sudut pandang lain yang

¹¹ Joseph V. Mascelli A.S.C., *The Five's of Cinematography (Angle-Kontinuiti-Editing-Close Up-Komposisi dalam Sinematografi)* ter. H.M.Y. Brian (Jakarta: Yayasan Citra, 1987).hal.8

¹² Syamsu Dhuha Firman Ridho, *Skripsi "Teknik Sinematografi dalam melukiskan Figur K.H.Ahmad Dahlan (studi deskriptif pada film sang pencerah)*, (Yogyakarta:2014), Hal. 39

memberi isyarat penonton terlihat di dalamnya.¹³ Beberapa cara yang dilakukan dalam sudut pandang kamera objektif, yaitu kamera berlaku selagi mata penonton untuk melihat mereka ke dalam suatu adegan. Tujuannya untuk memberikan efek dramatis dalam gambar tersebut, karena berpindah-pindah tempat dengan satu objek di dalamnya. Penonton dapat melihat suatu kejadian melalui mata pemain tertentu. Sehingga penonton akan merasakan sensasi seperti salah satu pemain dalam adegan, karena bertindak sebagai mata penonton yang tidak terlihat.

- *Angle kamera point of view*

Sudut pandang ini merupakan gabungan dari sudut pandang kamera sebelumnya. Sudut pandang ini menempatkan kamera sedekat mungkin dengan objek subjektif. Hal ini bertujuan untuk memberikan kesan penonton berada pipi dengan salah satu pemain. *Angle kamera Poin of view* atau disingkat POV merekam adegan dari titik pandang pemain tertentu. *POV shot* adalah sedekat *shot* objektif dalam kemampuan “*mengapproach*” sebuah *shot* subjektif – dan tetap objektif. Kamera ditempatkan pada sisi pemain subjektif – yang titik pandangnya digunakan – sehingga penonton mendapatkan kesan berdiri berada pipi dengan yang berada di luar layar.¹⁴

¹³ Muhammad Nur Sidi dalam skripsi Syamsu Dhuha Firman Ridho, “*Teknik Sinematografi dalam melukiskan Figur K.H.Ahmad Dahlan (studi deskriptif pada film sang pencerah)*, (Yogyakarta:2014), Hal. 40

¹⁴ Joseph V. Mascelli A.S.C., *The Five's of Cinematography (Angle-Kontinuiti-Editing-Close Up-Komposisi dalam Sinematografi)* ter. H.M.Y. Brian (Jakarta: Yayasan Citra, 1987).hal. 27

b. *Level camera angle*

Level camera angle secara psikologis dapat disambungkan dalam sebuah cerita melalui salah satu objek. *Level camera angle* dibagi dalam beberapa bagian:

- *Eye level angle*

Tipe *shot* ini menempatkan kamera sejajar dengan mata penonton.

Hal ini menimbulkan kesan netral atau setara.

- *High level angle*

Tipe *show* menempatkan posisi kamera berada di atas objek.

Sehingga menimbulkan kesan subyek terlihat kecil atau kerdil.

Hal ini menunjukan bahwa kedudukan tidak lagi superior terhadap pemain lain.

- *Low angle level*

Tipe ini merupakan kamera pada posisi bawah objek. Sehingga menimbulkan kesan objek terlihat raksasa yang berkuasa. Tipe ini bertujuan untuk memberikan pesan angkuh.

Pemilihan sudut pengambilan gambar sangatlah penting karena akan tercermin motivasi dari sebuah shot. Apakah hanya karena bagus semata ataukah memang bertujuan untuk menjelaskan sebuah peristiwa tertentu. Akan lebih baik jika *camera angle* tersebut memang menjelaskan sebuah peristiwa yang harus dilihat oleh penonton.¹⁵

¹⁵ <https://blogyounameit.wordpress.com/2014/04/10/tips-n-tricks-mengenal-istilah-5-c-dalam-sinematografi/> diakses pada 14 Juli 2019.

3. *Shot size* (ukuran gambar)

Ukura gamabar biasa dikaitkan dengan objek manusia, namun ukuran gambar juga bisa dugunakan untuk mengambil gambar pada benda. *Shot size* terdiri dari beberapa jenis, yaitu:¹⁶

a. *Extreem long shot*

Els merupakan kekuatan yang ingin menetapkan suatu (peristiwa, pemandangan) yang sangat jauh. Panjang dan luas dimensi lebar.

b. *Very long shot*

Vls menunjukkan subjek yang berada di tengah lingkungan sekitarnya. Dalam jenis ini lingkungan di sekitar subjek lebih dominan. *Vls* akan menampilkan panorama yang memenuhi layar.

c. *Long shot*

Long shot merupakan jenis pengambilan gambar yang menunjukkan keseluruhan tubuh dari kepala sampai kaki. Jenis ini biasanya digunakan saat objek melakukan gerakan, namun detail gerakan masih belum dapat terlihat dengan jelas.

d. *Medium long shot*

Medium long shot merupakan jenis pengambilan gambar yang menunjukkan mulai dari kepala sampai tepat dibawah lutut.

e. *Medium shot*

Medium shot merupakan jenis pengambilan gambar yang menunjukkan dari kepala hingga pinggul. Ukuran ini berfungsi menunjukkan siapa yang sedang melakukan kegiatan.

¹⁶ Andi Fahrudin, *Dasar-dasar Produksi Televisi*, (Jakarta: kencana prenada group: 2012) hal 148-150.

f. *Medium close up*

Jenis ini merupakan pengambilan gambar yang menunjuka dari kepala sampai bawah dada. Jenis ini merupakan jenis standar dalam pengambilan wawancara.

g. *Close up*

Jenis ini hanya mengambil bagian kepala objek yang melakukan kegiatan. Hal ini bertujuan untuk menfokuskan sebuah kegiatan yang sedang dilakukan.

h. *Big close up*

Bagian ini hanya menunjukan bagian wajah yang memenuhi frame.

i. *Extreem close up*

Jenis ini menunjukan gambar yang lebih detail. Misalnya pengambilan gambar mata objek.

j. *Wide shot*

Jenis ini mengambil ukuran gambar yang memasukkan keadaan sekitar. Jadi sudut lebar akan pandangan seluruh keadaan.

4. *Cutting* atau *editing*

Salah satu teknik paling mudah untuk membuat *cutting*/potongan *shot* yang baik adalah mengulang adegan dari awal hingga akhir. Kemudian memecah *shot* dari *widei* sehingga *close up* dengan meminta pemain melakukan gerakan masuk dan keluar *frame*.¹⁷

Teknik keluar dan masuk *frame* adalah teknik paling dasar agar *shot* bisa kita potong dengan enak. Jika kita memiliki *sequence* dengan *shot* yang

¹⁷ <https://blogyounameit.wordpress.com/2014/04/10/tips-n-tricks-mengenal-istilah-5-c-dalam-sinematografi/>, diakses pada 14 Juli 2019.

lengkap seperti itu tentunya akan mempermudah editor melakukan *cutting* diproses pascaproduksi.

Editing merupakan suatu proses memilih gambar-gamabar kemudian ditata untuk mendapatkan gamabar yang mempunyai satu kesatuan cerita. Editing ada dua jenis, yaitu editing *continuity* dan komplikasi. *Continuity* adalah proses editing yang penuturan ceritanya berdasarkan pada kesesuaian *scene-scene* yang beraturan. Editing kompilasi merupakan suatu teknik editing yang penuturannya berdasarkan pada narasi dan *scene-scene* merupakan pengilustrasian yang sedang diuraikan.

5. *Continuity* (kesinambungan)

Film merupakan penggabungan beberapa adegan yang ditata menjadi satu kesatuan kesinambungan *scene-scene* dalam film tersebut. Film yang baik adalah yang memberi gambar yang sesuai realitas kehidupan yang nyata. Sebuah film harus bisa menyakinkan penonton bahwa film ini adalah cerita yang seakan-akan benar terjadi.

Hal ini bisa dilakukan dengan kesinambungan tersebut, kesinambungan (*continuity*) adalah suatu kesinambungan cerita dalam sebuah film antara gambar satu dengan gambar yang lainnya, kemudian diurutkan sesuai dengan cerita, agar film bisa dinikmati oleh penonton. Kesinambungan terbagi menjadi tiga jenis, yaitu kesinambungan waktu, kesinambungan ruang, dan kesinambungan ruang dan waktu.

Tidak hanya dalam pembuatan film yang memerlukan kesinambungan tapi dalam pembuatan konten-konten *YouTube* pun di perlukan meletakkan

setiap komponen gambar yang diperlukan kedalam satu *frame* secara seimbang.

Dengan memiliki kontinuiti yang benar akan membuat penonton menyatu ke dalam cerita yang kita bangun tanpa kita harus terganggu oleh perpindahan dari satu *shot* ke *shot* lain yang tidak berkesinambungan. Inti dari sebuah film, baik itu documenter maupun fiksi adalah agar penonton betah menyaksikan film dari awal hingga akhir.¹⁸

B. New Media

New media merupakan perkembangan baru dari media-media yang telah digunakan manusia. Karakternya yang merupakan bentuk digital tentu memudahkan dalam bentuk informasidan berbagai kegiatan lainnya. Kemajuan teknologi melahirkan produk *new media*, suatu produk teknologi akan berkembang pesat jika dapat mensejahterakan masyarakat. Beberapa manfaat keberadaan *new media* sebagai *supporting* dalam produktivitas masyarakat informasi saat ini, antara lain:¹⁹

1. Menyajikan arus informasi yang dapat dengan mudah dan cepat diakses di mana saja dan kapan saa. Sehingga memudahkan seseorang untuk memperoleh suatu yang dicari/dibutuhkan, yang biasanya harus dicari langsung dari tempat sumber informasinya.
2. Berfungsi sebagai media transaksi jual beli. Kemudianmemesan barang melalui fasilitas internet ataupunmenghubungi *costomer service*.
3. Berfungsi sebagai media hiburan, contohnya *game online*, jejaring social, *streaming video*, dan lain-lain.

¹⁸ <https://blogyounameit.wordpress.com/2014/04/10/tips-n-tricks-mengenal-istilah-5-c-dalam-sinematografi/>, diakses pada 14 Juli 2019.

¹⁹ Hidajanto Djamal, Andi Fachruddin *Dasar-dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, Operasional, dan Regulasi* edisi 2 (Prenada Media,2017) hal.36

4. Berfungsi sebagai media komunikasi yang efisien. Kita dapat berkomunikasi dengan orang yang berada jauh sekalipun, bahkan bertatap muka dengan *video conference*.
5. Berfungsi sebagai sarana pendidikan dengan adanya buku digital yang mudah dan praktis.

Perkembangan teknologi komunikasi informasi harus diakui memberikan paradigma baru yang mengubah keseluruhan cara pandang manusia tentang bagaimana masalah dan persoalan yang ada dimuka bumi ini. Perubahan paradigma ini juga memberikan dampak buruk setelah lahirnya *new media*. Berikut ini beberapa hal negative kehadiran *new media*:²⁰

1. Transaksi data dan informasi pada dunua maya menimbulkan kemungkinan pencurian data pribadi
2. Penyebaran wabah virus. Terbukanya arus informasi dan komunikasi juga dapat membaa virus yang berkedok aplikasi dengan mudah menyebar.
3. Permasalahan rasa ketertarikan berlebihan, contohnya pada saat bermain *game online* atau jejaring social.
4. Mengesampingkan etika berkomunikasi.

Media baru adalah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan era digital, computer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi diakhir abad ke-20. Sebagian besar teknologi yang digambarkan sebagai media baru adalah digital. Seringkali memiliki karakteristik dapat dimanipulasi,bersifat jaringan, padat, mampat, interaktif, dan tidak memihak.²¹

²⁰ Hidajanto Djamal, Andi Fachruddin *Dasar-dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, Operasional, dan Regulasi* edisi 2 (Prenada Media,2017) hal.37

²¹ Hidajanto Djamal, Andi Fachruddin *Dasar-dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, Operasional, dan Regulasi* edisi 2 (Prenada Media,2017) hal.38

Media baru bukanlah televisi, film, buku, majalah, atau publikasi berbasis kertas. Tetapi penggabungan antara teknologi telekomunikasi, teknologi computer, dan teknologi media massa merupakan konvergensi media adalah ruang lingkup *new media*.

C. Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

Media *social* adalah sebutan media *online* tempat para pengguna bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi *blog*, jejaring *social*, wiki, forum, dan dunia virtual. *Blog*, wiki dan jejaring *social*-utamanya *Facebook* dan *Twitter* merupakan bentuk media *social* yang paling umum digunakan masyarakat di seluruh dunia.²² Tidak mengherankan kehadiran media *social* menjadi fenomenal. *Facebook*, *Twitter*, *YouTube*, hingga *Path* merupakan beberapa jenis media *social* yang diminati banyak khalayak. Bahkan ada sebuah fakta bahwa pengguna media *social* jauh lebih banyak dibanding jumlah penduduk sebuah negara. Media *social* tidak hanya digunakan untuk mendistribusikan informasi yang bisa dikreasikan oleh sebuah akun (*users*) itu sendiri, tetapi juga memiliki dasar sebagai portal untuk membuat jaringan pertemanan secara *virtual* dan medium untuk berbagai data, seperti audio maupun video.²³

Media *social* telah menjadi kehidupan bagian dari kehidupan manusia moderen saat ini. Diperkirakan yang akan menjadi tren adalah 3S, yakni *Social*, *Share*, and *Speed*.²⁴ Masyarakat bersosial saling berinteraksi terkait apa saja,

²² Asep Syamsul M. Romli, *jurnalistik Online*, (Bandung: Penerbit Nuansa Cendekia, 2004) hal. 104.

²³ Ruli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*, (Bandung: Simbioasa Rekatama Media, 2016) hal. 2.

²⁴ Asep Syamsul M. Romli, *jurnalistik Online*, (Bandung: Penerbit Nuansa Cendekia, 2004) hal. 103.

membagi hal-hal ataupun peristiwa yang terjadi, dan kecepatan yang menjadikan media sosial sangat digemari oleh masyarakat.

2. Fungsi Media Sosial

Fungsi-fungsi media sebagaimana selama ini didapat dari media tradisional, yang bisa juga didapat di internet. Misalnya media televisi menyediakan program yang bertujuan membuat penonton terhibur. Kehadiran *YouToube* memberikan alternatif sebagai pilihan untuk menyaksikan tayangan *audio-visual* yang bersaing dengan program di televisi tersebut. Tidak hanya itu waktu yang disediakan, sumber yang tanpa batas, serta bisa diakses kapan dan di mana saja, menyebabkan kehadiran internet dan media-media didalamnya, seperti media sosial menjadi lebih mendominasi.²⁵

Dennis McQuail berpendapat bahwa fungsi utama media bagi masyarakat adalah:²⁶

a. Informasi

- Inovasi, adaptasi, dan kemajuan

b. Korelasi

- Menjelaskan, menafsirkan, mengomentari makna peristiwa dan informasi.
- Menunjang otoritas dan norma-norma yang mapan.
- Mengkoordinasi beberapa kegiatan.
- Membentuk kesepakatan.

²⁵ Ruli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016) hal. 2.

²⁶ Dennis McQuail, *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Jakarta: Erlangga, 1992) hal. 71.

c. Kesenambungan

- Mengeksposisikan budaya dominan dan mengakui keberadaan kebudayaan, khusus (*subculture*) serta perkembangan budaya baru.
- Meningkatkan dan melestarikan nilai-nilai.

d. Hiburan

- Menyediakan hiburan, pengalihan perhatian, dan sarana relaksasi.
- Meredakan ketegangan sosial.

e. Mobilisasi

- Mengkampanyekan tujuan masyarakat dalam bidang politik, perang, pembangunan ekonomi, pekerjaan dan kadang kala juga dalam bidang agama.

D. YouTube



Gambar 2.1

YouTube adalah situasi portal video yang sering diakses para pengguna internet, juga mempunyai fitur berbagi video (*video sharing*) sehingga dapat dilihat oleh siapapun yang ingin melihat video tersebut. Terdapat didalamnya berbagai macam video seperti *tutorial*, video musik, berita dan lain-lainnya.²⁷ Walaupun penonton tidak mendaftarkan akunnya, mereka tetap bisa melihat postingan video yang tersedia pada situs yang sangat sering diakses oleh masyarakat sekarang ini.

²⁷ Asdani Kindarto, *Belajar Sendiri YouTube (Menjadi Mahir Tanpa Guru)*, (Jakarta PT Elexmedia Komputer, 2008) hal. 1.

Situs berbagi video yang sering diakses masyarakat ini didirikan tiga mantan karyawan *PayPal* pada tahun 2005, yaitu Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim. Hurley pernah belajar desain di Indiana Universitas of Pennsylvania, sementara Chen dan Karim belajar ilmu komputer di Universitas of Iinois at Urbana Champaign.²⁸ Lalu pada tanggal 13 November 2006, *Google* membeli situs tersebut dengan biaya sebesar 1,65 Triliyun Dollar. Kantor pusat saat ini berada di San Bruno, California.²⁹

Me and the zoo adalah video pertama yang diunggah ke *YouTube*. Video yang diunggah pukul 20:27 hari sabtu, 23 April 2005 oleh Jawed Karim, salah satu pendiri situs ini, dengan nama pengguna “jawed”. The Observer menyebut video ini “berkualitas rendah”. Yakow Lapitsky merekam video tersebut di San Diego Zoo dan menampilkan Karim di depan gajah “belalai gajah yang sangat, sangat, sangat panjang”. Walaupun hanya berdurasi 19 detik, itu merupakan video pertama yang ada di *YouTube*.³⁰

Seiring perkembangannya peran *YouTube* bertambah menjadi jalur distribusi bagi berbagai kalangan, mulai dari pembuatan konten sampai pengiklanan, sebagai ajang berbagi, menginformasikan dan menginspirasi para pengguna internet di berbagai belahan dunia.³¹

²⁸ <https://id.wikipedia.org/wiki/YouTube>, diakses tanggal 27 Maret 2019.

²⁹ <https://id.wikipedia.org/wiki/Berkas:901cherryave.jpg>, diakses tanggal 30 Maret 2019

³⁰ https://id.wikipedia.org/wiki/Me_at_the_zoo, diakses tanggal 30 Maret 2019

³¹ Abraham A, *Sukses Menjadi Artis dengan YouTube*, (Surabaya: Reform Media, 2011) hal

YouTube memiliki empat kebebasan utama, yaitu:³²

a. Kebebasan berekspresi

Kami yakin setiap orang harus punya kebebasan untuk berbicara, menyampaikan pendapat, mengadakan dialog terbuka, dan kebebasan berkreasi dapat menghasilkan suara, formal, dan kemungkinan baru.

b. Kebebasan mendapatkan informasi

Kami yakin setiap orang harus memiliki akses yang mudah dan terbuka untuk mendapatkan informasi. Selain itu, video adalah media yang paling berpotensi untuk pendidikan, membangun pemahaman, dan mendokumentasikan peristiwa di dunia, baik yang besar maupun kecil.

c. Kebebasan menggunakan peluang

Kami meyakini bahwa setiap orang harus punya peluang untuk ditemukan, membangun bisnis, dan meraih sukses sesuai keinginannya sendiri. Mereka jugalah yang menentukan hal apa saja yang populer, bukan pihak-pihak tertentu.

d. Kebebasan memiliki tempat berkarya

Kami meyakini bahwa setiap orang perlu menemukan komunitas yang saling mendukung satu sama lain, menghilangkan perbedaan, melampaui batas-batas diri, dan berkumpul bersama atas dasar minat dan passion yang sama.

Adapun fitur-fitur yang terdapat dalam *YouTube*, yaitu:

a. Mencari video

Situs ini adalah kumpulan berbagai macam video yang telah diunggah oleh pengguna maka dari itu *YouTube* memiliki berbagai macam video. Penggunaanya

³² <https://www.YouTube.com/id/yt/about/>, diakses tanggal 30 Maret 2019

dapat mencari berbagai macam video dengan mengetikkan kata kunci di bagian pencarian.

b. Memutar video

Setelah pengguna mendapatkan video yang diinginkan, hanya dengan mengkliknya penonton atau pengguna sudah dapat langsung memutar video tersebut, tentu saja untuk dapat menontonnya secara lancar saat diputar koneksi internet sangatlah penting karena untuk memutarnya kita harus terhubung pada koneksi internet.

c. Mengunggah (mengupload) video

Akun penonton atau pengguna yang sudah terdaftar dengan situs *YouTube*, dapat mengunggah video yang diinginkan ke dalam akunnya. Dan semakin besar ukuran video maka semakin mempengaruhi lama waktu saat mengunggah video tersebut.

d. Mengunduh (mendownload) video

Video yang terdapat dalam *YouTube* juga dapat diunduh oleh pengguna dan gratis jika tersambung dengan koneksi internet. Ada banyak cara untuk mengunduh seperti mengcopy alamat *URL* video yang kita inginkan lalu dipaste ke dalam situs *download* video seperti *www.savefrom.net*. Banyak masih banyak cara lainnya.

Melihat dampak sosial dari *YouTube* yang terjadi di Indonesia seperti munculnya artis dadakan. Seperti contohnya, Briptu Norman dengan melipsing lagu *Chaiyya Chaiyya*, lalu Sinta dan Jojo dengan melipsing lagu Keong Racun. Video mereka menjadi perbincangan karena memiliki keunikan tersendiri sehingga menjadi *trending* topik saat itu.³³

³³ Apriadi Tamburaka, *Literasi Media Cerdas bermedia Khalayak Media Massa*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003) hal 84.

e. Berlangganan (*Subcrib*)

Fitur ini berfungsi bagi pengguna yang ingin berlangganan (*subcrib*) pada akun pengguna lainnya karena akan mendapatkan pemberitahuan langsung jika ada video terbaru dari aku tersebut.

f. *Live Streaming* (siaran langsung)

Fitur *live streaming* adalah fitur yang memungkinkan kita menyiarkan kejadian yang sedang berlangsung saat itu juga menjadi sebuah video yang dapat ditonton orang lain pada akun *YouTube* yang telah kita miliki asal kita terhubung pada koneksi internet.

Pada umumnya media sosial seperti *YouTube* memiliki beberapa fungsi yang dapat dimanfaatkan oleh penggunanya. Menurut Abraham A. adalah sebagai berikut:³⁴

1. Memperluas interaksi berdasarkan kesamaan nilai yang dimiliki masing-masing individu, kesamaan karakteristik tertentu, ataupun pernah berinteraksi dalam waktu tertentu, sehingga melahirkan nostalgia yang dapat dirasakan bersama.
2. Menambahkan wawasan ataupun pengetahuan dengan sarana *information*, *sharing*, dan *comment*.
3. Pencitraan atau memasarkan diri dalam arti positif, dalam hal ini juga berkaitan dengan prestige dan kemauan untuk *update* teknologi informasi.
4. Media transaksi dan pemikiran dalam hal perdagangan, politik, budaya, bahkan dimungkinkan juga di bidang pendidikan.

³⁴ Abraham A. *Sukses Menjadi Artis dengan YouTube*, (Surabaya: Reform Media, 2011) hal 37.

5. Dalam eskalasi lebih lanjut bisa juga sarana ini sebagai media intelejen, pengungkapan berbagai kejahatan hukum, media pertolongan dan sarana *citizen journalism*.
6. Selanjutnya mungkin adalah sebagai media rekreatif atau cuci mata setelah ditempa beratnya beban pemikiran, misalnya melihat film lucu, penemuan baru, permainan game dan lain sebagainya.

Dilansir dari keterangan pers *YouTube* pada halaman resminya, statistik pengguna *YouTube* sebagai berikut:³⁵

1. Setiap bulan, lebih dari 1,9 miliar pengguna yang login mengunjungi *YouTube* dan, setiap hari, orang menonton lebih dari satu miliar jam video dan menghasilkan miliaran kali penayangan.
2. Lebih dari 70% waktu tonton *YouTube* berasal dari perangkat selular.
3. *YouTube* telah meluncurkan versi lokalnya di lebih dari 91 negara.
4. Anda dapat menelusuri *YouTube* dalam 80 bahasa (yang mencakup 95% dari populasi internet)

YouTube mempunyai beberapa aturan umum yang telah ditetapkan agar pengguna terhindar dari masalah. Berikut ini adalah beberapa aturan umum tersebut:³⁶

1. Konten seksual atau ketelanjangan.
2. Konten yang merugikan atau berbahaya.
3. Konten yang mengundang kebencian.
4. Konten kekerasan atau vulgar.

³⁵ <https://www.YouTube.com/intl/id/yt/about/press/>, diakses tanggal 30 Maret 2019

³⁶ <https://www.YouTube.com/intl/id/yt/about/policies/#community-guidelines>, diakses tanggal 30 Maret 2019.

5. Pelecehan atau *cyberbullying*
6. Spam, metadata yang menyesatkan, dan scam.
7. Ancaman.
8. Hak cipta.
9. Privasi.
10. Peniruan identitas.
11. Keselamatan anak.
12. Kebijakan tambahan.

E. Konten

Konten adalah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Penyampaian konten dapat dilihat dari berbagai medium seperti internet, CD, audio, bahkan secara langsung seperti konferensi dan pertunjukan panggung. Istilah konten digunakan untuk mengidentifikasi dan menguantifikasi beragam format dan genre informasi sebagai komponen nilai tambah.

Jenis-jenis konten media online secara garis besar terdiri dari teks, gambar (visual), suara (*audio*). Berikut jenis-jenisnya:

1. Teks

Teks yaitu konten berupa tulisan yang berisi ulasan, kajian, analisis, deskripsi, dan pengertian.

2. Gambar (visual)

Konten yang berupa gambar yang memiliki makna, atau mengenai suatu hal yang dibuat seseorang untuk menyebarkan kepada orang lain.

3. Infografis

Merupakan representasi visual informasi, data ilmu pengetahuan secara grafis. Grafis ini memperlihatkan informasi rumit dengan singkat dan jelas, seperti pada papan, peta, jurnalisme, penulisan teknis, dan pendidikan.

4. Meme

Merupakan gambar lucu berisi sindiran atau kritik. Meme sangatlah populer di kalangan pengguna internet yang lebih muda. Meme sering berupa video dan gambar dengan teks lucu yang biasanya menjadi viral.

5. Video

Cenderung berdurasi beberapa menit, memungkinkan penjelasan singkat tentang apa pun yang ingin dijelaskan oleh *videographer*.

YouTube sendiri berusaha untuk mengajak penikmat konten yang ada pada media mereka untuk tidak hanya sekedar menjadi penikmat konten saja tetapi juga membuat hal yang sama seperti apa yang mereka nikmati dengan cara membuat akun *channel* sendiri dan mengunggah video-video yang telah mereka buat.

YouTube memiliki banyak sekali jenis video, mulai dari video tingkah laku pribadi pengguna sampai dengan video-video yang jarang kita lihat di televisi. Secara umum konten-konten dalam *YouTube* adalah sebagai berikut:

1. Konten *Prank*

Jahil-menjahili adalah salah satu ciri khas manusia, video *prank* adalah sebuah video berisi aksi dimana seseorang menjahili orang lain dengan kejutan, *trap*, atau lelucon, yang nantinya bertujuan untuk membuat penonton tertawa melihat tingkah jahilnya terhadap orang lain.

2. Konten *Gaming*

Merupakan konten yang menyajikan atau memperlihatkan seseorang yang merekam dirinya saat memainkan game dengan ekspresi konyol, lucu, marah, menunjukan hal-hal menakutkan, mengungkap misteri

3. Konten Parodi

Parodi adalah sebuah kegiatan dimana kamu menirukan suatu hal, baik itu *scene* di film, anime, drama, tingkah laku politisi atau apaun yang dianggap menarik dan menjadikannya sebagai sebuah guyonan.

4. Konten *Review*

Reviews membahas tentang sesuatu objek melalui sudut pandang seseorang. Bisa jadi ini penilaian yang subjektif, tetapi banyak orang yang tertarik dengan konten ini karena bagi orang yang ingin menggunakan, atau membeli sesuatu, biasanya orang tersebut akan mencari informasi tentang barang yang mereka beli terlebih dahulu, apakah kualitas, murah, berguna, bagus atau tidak, dan sebagainya.

Disinilah, kamu dapat memanfaatkan keperluan mereka dengan melakukan *review* pada produk terkait. Macam-macam *review*:

- *Review* makanan
- *Review gadget*
- *Review* kosmetik
- *Review* alat elektronik
- *Review* busana
- *Reiew* sepatu/sandal
- *Review* barang bermerk

5. Konten Rekomendasi

Seseorang yang akan merekomendasikan film, anime ataupun video-video lainnya karena umumnya sebelum seseorang hendak menonton sesuatu mereka akan mencari informasi terkait dengan film yang akan ditontonnya untuk mendapatkan referensi.

6. Konten Makanan

Konten yang menyajikan tentang seseorang yang membuat makanan baik itu resep sendiri ataupun resep orang lain (proses pembuatannya). Atau pun seseorang yang membahas tentang suatu produk makanan tertentu. Saat ini, memasak adalah salah satu hobi yang cukup diminati dan disenangi oleh masyarakat

7. Konten Keresahan

Pembahasan yang dibahas dalam konten tersebut merupakan suatu isu yang menjadi keresahan masyarakat dimana seseorang bercerita mengenai hal tersebut dalam sudut pandangnya ataupun menanyai orang lain dengan melakukan wawancara seputar isu tersebut.

F. Tinjauan Islam tentang Sinematografi

Pesan ayat al-Quran itu begitu jelas: dalam menerima suatu informasi, kaum Muslim diperintahkan memperhatikan kredibilitas sumber berita. Waspada jika berita itu bersumber dari orang fasik. Allah berfirman dalam Q.S Al Hujurat/49:6

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهْلَةٍ
فَتُصِيبُوا عَلَى مَا فَعَلْتُمْ نُدْمِينَ ٦

Terjemahan:

Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu (Q.S Al Hujurat/49:6)³⁷

Kata *naba* digunakan dalam berita yang penting. Berbeda dengan kata khabar yang berarti kabar secara umum baik penting maupun tidak. Dari sini terlihat perlunya memilih informasi. Apakah itu penting atau tidak. Orang beriman tidak dituntut untuk menyelidiki kebenaran informasi dari siapapun yang tidak penting, bahkan didengarkan tidak wajar, karena jika demikian akan banyak energi dan waktu yang dihabiskan untuk hal yang tidak penting.³⁸

Kata *fatabayyanu*, artinya maka periksalah dengan teliti. Kata jadiannya (masdar) adalah *tabayyun*. Akar katanya adalah ba'-ya'-nun yang artinya berkisar pada jauhnya sesuatu dan terbuka. Kata fatabayyun yaitu klarifikasi atau cek dan recek atas berita tersebut agar adanya kejelasan berita dan keakuratan keenerannya, sebab warta dan fakta terkadang berbeda.

Imam Asy Syaukani Rahmatullah betkata, “yang dimaksud dengan tabayyun adalah memeriksa dengan teliti dan yang dimaksud dengan tatsabbut adalah berhati-

³⁷ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-QuranAl-Karim dan terjemahannya* , (Semarang:PT. Karya Toha Putra Semarang, 2012) hal.43

³⁸ M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah, Pesan, Kesan dan Keserasian* (Jakarta: Lentera Hati, 2002) hal.230

hati dan tidak tergesa-gesa, melihat dengan keilmuan yang dalam terhadap sebuah peristiwa dan kabar yang datang, sampai menjadi jelas dan terang baginya.³⁹

Menyimak uraian para ulama tersebut, dapat diambil pemahaman, bahwa orang fasik dilarang memegang suatu jabatan atau amanah yang berhubungan dengan “kepercayaan”. Posisi media massa dan wartawan adalah sebagai “pembawa amanah” untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Harusnya, posisi ini tidak ditempati oleh orang-orang yang fasik. Artinya, QS al-Hujurat ayat 6 tersebut seharusnya menyadarkan umat Islam untuk menyiapkan tenaga-tenaga wartawan dan institusi media Islam yang adil dan profesional.

Asbabun Nuzul ayat 6 surat Al Hujurat itu berkaitan dengan kisah seorang bernama al-Walid bin Uqbah. Ia diutus oleh Nabi Muhammad saw untuk menarik zakat dari Bani Musthaliq yang telah menyatakan masuk Islam. Al-Walid tidak berhasil menarik zakat dan pulang kembali ke Madinah dengan membawa laporan kepada Nabi SAW bahwa Bani Mushthaliq telah murtad dari Islam.

Nabi pun bersiap-siap mengirimkan pasukan ke Bani Musthaliq. Tapi, sebelum itu terjadi, datanglah utusan Bani Mushthaliq dan membantah berita al-Walid. Maka turunlah ayat itu. Bahkan ayat tersebut memberi julukan yang hina kepada Al Walid, yaitu si “fasik”, tegasnya seorang pembohong. Ibnu Zaid, Muqatil, dan Sahl bin Abdullah memberi arti orang fasik sebagai pembohong (kadzdzaab).

³⁹ <https://www.wajibbaca.com/2018/05/tabayyun-adalah.html>, diakses pada tanggal 14 Juli 2019

Sedangkan Abul Hasan al Warraq memberi arti orang fasik sebagai orang yang tidak segan-segan menyatakan suatu perbuatan dosa.⁴⁰

Kisah itu mengisyaratkan betapa pentingnya kaum Muslim sangat berhati-hati dalam menerima, mengolah, dan menyebarkan informasi. Lakukan cek dan ricek. Jangan percaya begitu saja informasi dari kaum fasik, apalagi kaum kafir. Apalagi, tidak ada informasi yang bebas nilai dan bebas misi. Informasi dalam bentuk berita, analisis, atau apa pun, disebarkan melalui media massa melalui proses pemilihan, penyuntingan, serta sudut pandang yang sarat kepentingan dan muatan nilai penulis dan media massanya.

Bahkan, secara khusus, al-Quran mengingatkan bahwa musuh utama para Nabi dan tentu juga para pengikut Nabi adalah setan-setan jenis manusia dan setan-setan jenis jin yang senantiasa menyebarkan ”kata-kata indah” (zukh ru fal qaul), dengan tujuan untuk menipu manusia. Allah berfirman dalam QS al-An’am/6: 112 :

وَكَذَلِكَ جَعَلْنَا لِكُلِّ نَبِيٍّ عَدُوًّا شَيْطِينِ الْإِنْسِ وَالْجِنِّ يُوحِي بَعْضُهُمْ إِلَى بَعْضٍ زُخْرُفَ
الْقَوْلِ غُرُورًا وَلَوْ شَاءَ رَبُّكَ مَا فَعَلُوهُ فَذَرْهُمْ وَمَا يَفْتَرُونَ ١١٢

Terjemahan:

Dan demikianlah Kami jadikan bagi tiap-tiap nabi itu musuh, yaitu syaitan-syaitan (dari jenis) manusia dan (dan jenis) jin, sebahagian mereka membisikkan kepada sebahagian yang lain perkataan-perkataan yang indah-indah untuk menipu (manusia). Jikalau Tuhanmu menghendaki, niscaya

⁴⁰ Dr. Adian Husaini; *Republika Online, Epaper Republika*, <http://www.republika.co.id/berita/koran/islamia/15/04/16/nmw96t-islam-dan-informasi>, diakses pada tanggal 14 Juli 2019.

mereka tidak mengerjakannya, maka tinggalkanlah mereka dan apa yang mereka ada-adakan. (QS. Al-An'am/6:112)⁴¹

. Iblis pun menggoda Adam dan Hawa dengan kata-kata indah dan ungkapan yang menawan, bukan dengan ungkapan dan bentakan kasar, sehingga berhasil membujuk Adam dan Hawa melanggar larangan Allah. Henry Martyn, tokoh misionaris terkenal dengan ungkapan nya, “Aku datang untuk menghadapi umat Islam, bukan dengan senjata tapi dengan kata-kata, bukan dengan kekuatan fisik tapi dengan logika, dan bukan dalam kebencian tapi dalam kasih.”⁴² Ungkapan ini menjadi salah satu pegangan bagi kaum kafir untuk menghancurkan umat islam.

Oleh karena itu kaum kafir kemudian sangat serius dan professional dalam mengembangkan media informasi untuk mengarahkan pemikiran masyarakat. Tugas media adalah membentuk citra (image), yang seringkali berbeda dengan realitas sebenarnya. Media bisa mencitrakan seorang sebagai “orang baik” dan “orang jahat” yang sering berbeda dengan kenyataan sebenarnya.

Sehingga seharusnya para pemilik media bukanlah orang-orang fasik sehingga berita yang disiarkan kepada ummat adalah berita yang benar, akurat, dan berimbang tanpa kepentingan golongan tertentu. Semakin media jujur dalam pemberitaan maka semakin kredibilitas sebuah media di mata khalayak.

⁴¹ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-QuranAl-Karim dan terjemahannya* (Semarang: PT. Karya Toha Putra Semarang, 2012)

⁴² Dr. Adian Husaini; *Republika Online, Epaper Republika* <http://www.republika.co.id/berita/koran/islamia/15/04/16/nmw96t-islam-dan-informasi> ; (diakses 14 Juli 2019)

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian dapat diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan, dan dibuktikan, sesuatu pengetahuan tertentu sehingga dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah.⁴³

Metode penelitian mencakup prosedur dan teknik penelitian dan merupakan langkah yang penting untuk memecahkan masalah – masalah yang terjadi, khususnya . Selain itu, juga dapat menjadi informasi untuk mengembangkan bidang keilmuan dalam bidang komunikasi sehingga memunculkan penemuan – penemuan baru yang bermanfaat untuk masyarakat luas.

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah deskripti kualitatif. Metode penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturakistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah. Metode ini disebut juga sebagai metode artistik, karena proses penelitian lebih bersifat seni (kurang terpolat) dan disebut sebagai metode interpretive karena data dari hasil penelitian lebih bertknaan dengan interpretasi terhadap data yang ditemukan.⁴⁴ Pendekatan kualitatif adalah

⁴³Sugiyono *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D* (Bandung: Elfabeta, 2007), hal. 6

⁴⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Cet.20; Bandung; Alfabeta,214),h.8

suatu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian.⁴⁵

Penelitian ini dapat dikatakan sebagai penelitian yang mengandalkan data.⁴⁶ Lebih mendasarkan diri pada hal-hal yang bersifat diskursif seperti transkrip dokumen, catatan lapangan, hasil wawancara, dokumen-dokumen tertulis, dan data-data nondiskursif (seperti candi, patung, arsitektur bangunan, monument, musik, foto, video, gerakan dalam tari, fashion, dan hidangan makanan yang tersaji dalam suatu festival) yang lazimnya disajikan disajikan dalam bentuk narasi yang bersifat deskriptif sebelum dianalisis, diinterpretasi, dan kemungkinan disimpulkan.⁴⁷

B. Pendekatan Penelitian

Pendekatan keilmuan yang digunakan oleh peneliti adalah pendekatan keilmuan (ilmu jurnalistik) dengan metode penelitian deskriptif kualitatif. Pendekatan ini dianggap relevan dengan apa yang akan diteliti yaitu konten-konten dan teknik sinematografi dalam pembuatan konten-konten untuk *channel YouTube* Adrian Wardhana.

C. Sumber Data

Data dalam penelitian kualitatif bukan berupa angka, tetapi deskripsi naratif, walaupun ada angka, angka tersebut dalam hubungan suatu deskripsi. Dalam pengolahan data kualitatif tidak ada penjumlahan data, sehingga mengarah kepada

⁴⁵ Lexy J. Moleung, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2011) hal. 6.

⁴⁶ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana 2007) hal. 69.

⁴⁷ Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif* (Yogyakarta: Lkis Pelangi Aksara, 2007) hal. 37.

generalisasi.⁴⁸ Pada penelitian ini, adapun rincian sumber data yang penulis susun adalah:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh peneliti secara langsung dari sumber asli dengan mengumpulkan beberapa konten yang berasal dari *channel YouTube* Adrian Wardhana. Pemilihan konten menggunakan metode *purposive sampling*, yang berarti mengambil secara sengaja sesuai persyaratan sampel yang diperlukan. Persyaratan dalam memilih video yang dipilih ialah dengan melihat kemiripan satu sama lain dan mengelompokkannya dalam beberapa kategori.

Dalam penentuan informan peneliti memilih berdasarkan kriteria tertentu yaitu yang dianggap mengetahui dan paling berkaitan dengan *channel YouTube* Adrian Wardhana. Jadi informan dalam penelitian ini adalah pemilik *channel YouTube* yaitu Adrian Wardhana.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh melalui kajian pustaka, mencari rujukan teoritis yang relevan dengan cara membaca buku, hasil-hasil penelitian, maupun *browsing* internet yang sesuai dengan penelitian.

D. Metode Pengumpulan Data.

Strategi pengumpulan data dalam penelitian kualitatif secara umum dapat dikelompokkan kedalam dua jenis cara, yaitu metode atau teknik pengumpulan data yang bersifat interaktif dan non interaktif. Data interaktif berarti ada kemungkinan terjadi saling mempengaruhi antara peneliti dan sumber datanya. Teknik noninteraktif

⁴⁸ Sukmadinata, Nana Syaodih *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009), hal. 284

sama sekali tak ada pengaruh antara peneliti dan sumber datanya, karena sumber data yang berupa benda, atau sumber datanya manusia atau yang lainnya.⁴⁹

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber, dan berbagai cara. Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan pada kondisi yang alamiah, sumber data primer dan teknik pengumpulan data lebih banyak pada observasi berperan serta, wawancara mendalam, dan dokumentasi.⁵⁰

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Observasi atau pengamatan secara menyeluruh pada objek penelitian, yaitu dengan menonton konten-konten pada *channel YouTube* Adrian Wardhana.
2. Dokumentasi yaitu proses pengumpulan data dan data yang dimaksud disini adalah tulisan, gambar berupa foto ataupun video.
3. Telaah Pustaka yaitu dalam penelitian ini telaah pustaka digunakan untuk membantu penelitian dalam memperoleh data yang jelas dan akurat, juga membantu peneliti didalam menjelaskan suatu konsep yang berhubungan dengan penelitian.

E. Instrument Penelitian

Penelitian merupakan aktivitas ilmiah yang sistematis, terarah dan bertujuan maka pengumpulan data penelitian sangat penting guna menjelaskan fenomena yang sedang diteliti. Disinilah arti penting dari pada alat pengumpulan data atau yang disebut dengan instrumen penelitian.⁵¹

⁴⁹ Sutopo *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Surakarta: Universitas Sebelas Maret, 2006), hal.66

⁵⁰ Sugiyono *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D* (Bandung: Elfabeta, 2007), hal. 224

⁵¹ Arifuddin, *Metode Dakwah dalam Masyarakat* (Makassar: Alauddin University Press, 2011), h. 128.

Instrumen penelitian pada penelitian ini ialah peneliti itu sendiri. Peneliti dalam penelitian kualitatif adalah ia sekaligus merupakan perencana, pelaksana, pengumpul data, analisis, penafsir data, pada akhirnya menjadi pelapor pada penelitiannya.⁵²

F. Teknik Analisis Data

Analisi data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang di peroleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah difahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisi data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain.⁵³

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tinjauan teknik sinematografi untuk mengetahui teknik sinematografi yang digunakan Adrian Wardhana dalam membuat konten-konten pada *channel YouTube*-nya berdasarkan teori sinematografi dari Joseph V. Mascelli, yaitu *camera angle*, *composition*, *cutting*, *cutting*, dan *continuity*.

⁵² Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), hal. 168

⁵³ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Sosial Format-format Kuantitatif dan Kualitatif*, (Surabaya: Airlangga University Press, 2001) hal. 244.

BAB VI

PENERAPAN SINEMATOGRAFI DALAM KONTEN YOUTUBE PADA CHANNEL ADRIAN WARDHANA

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Profil *youtuber* Adrian Wardhana



Gambar 4.1
Profil Adrian Wardhana

Lahir di Bone pada tanggal 21 September 1997, bersekolah dasar di SD Impres 12/79 Cengko, melanjutkan pendidikan sekolah menengah pertama di SMPN 36 Makassar, lalu melanjutkan sekolah menengah akhir di SMAN 6 Makassar, dan berkuliah di Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.

Mengambil jurusan Sistem Informasi pada Fakultas Sains dan Teknologi angkatan 2013. Pada saat semester 2 diperkuliahan Adrian Wardhana memasuki salah satu komunitas yang berada di Makassar yaitu Stand Up Indo Makassar sejak tahun 2014 sampai Juli 2019.

Pembuatan konten ataupun hal-hal tentang Sinematografi tidak dipelajari Adrian Wardhana dibangku perkuliahan. Seperti yang diungkapkan Adrian Wardhana:

“Di jurusan Sistem Informasi tidak ada mata kuliah yang mengajarkan tentang sinematografi dan lebih banyak mengajarkan tentang pemrograman”.⁵⁴

Adrian Wardhana memulai dengan belajar mengedit secara otodidak sejak tahun 2015 dan mengunggah untuk pertama kali pada 16 Desember 2016 dengan konten “Harian Anwar (anak warnet) #Alasan kenapa peralatan di warnet cepat rusak”, merupakan unggahan video yang dia buatnya sendiri.



Gambar 4.2 : Harian Anwar (anak warnet) #Alasan kenapa peralatan di warnet cepat rusak

Ungkap Adrian Wardhana:

“Tidak ada yang bisa saya andalkan jadi mulai belajar ngedit untuk *YouTube* karena kalau sudah mka bikin video siapa mi yang mau edit ki”.⁵⁵

Pada awalnya Adrian Wardhana hanya mengunggah video-video main *game*, dan sempat menjadi *reuploader* Indonesian Idol. Stand Up Indo Makassar membuat

⁵⁴ Adrian Wardhana, Youtuber, Wawancara, Sudiang, 01 Agustus 2019

⁵⁵ Adrian Wardhana, Youtuber, Wawancara, Sudiang, 01 Agustus 2019

Adrian Wardhana termotivasi untuk membuat konten *YouTube* sendiri karena pada saat itu *member* dari komunitas ini sudah mulai membuat konten untuk *YouTube*.

Mulai dari membuat naskah, mengambil gambar, mengedit, hingga mengunggah di akun *channel YouTube*-nya dilakukan sendiri karena Adrian Wardhana tidak memiliki *team* yang dia kerjakan untuk membuat konten *YouTube*, kecuali jika ada adegan yang membutuhkan orang lain atau pengambilan gambar yang harus dilakukan diluar ruangan barulah Adrian Wardhana meminta bantuan kepada orang lain. Seperti yang diungkapkan Adrian Wardhana:

“Kalau lagi butuh ka dua *angel* kamera karena susah ka kasi focus ki kameranya baru ka panggil ki temanku, kalau selama masih bisa ka sendiri saya ji sendiri yang kerja ki”.⁵⁶

Saat ini *Youtuber* Adrian Wardhana sudah memiliki 26 konten *YouTube* yang beragam. Ia memiliki target pengunggahan video 1 kali seminggu yakni setiap malam minggu dan hanya berfokus pada 3 konsep utama yaitu makanan, elektronik dan keresahan yang dialami masyarakat.

Fokus pada ketiga konsep utamanya Adrian Wardhana tidak pernah melakukan collab (*collaboration*) dengan teman-teman sesama *youtuber*. Adrian Wardhana ingin membuat konten lebih bervariasi tapi masih dalam lingkup keresahan.

Waktu yang dibutuhkan Adrian Wardhana dalam membuat satu konten tidaklah menentu antara sehari sampai dua dua minggu. Seperti yang diungkapkannya:

“Dari membuat naskah sampai videonya diunggah sekitaran seminggu sampai dua minggu tapi kalau sudah *dealine* banget mi biasa syutingnya malam terus besok sudah diupload”⁵⁷

⁵⁶ Adrian Wardhana, Youtuber, Wawancara, Sudiang, 01 Agustus 2019

Ciri khas yang paling menonjol di setiap videonya yaitu “.....”
Kalimat itu selalu Adrian Wardhana utarakan setiap ingin memulai membahas konsepnya atau menjadi kata-kata pembuka. Sejauh ini sudah ada 191.504 *subscriber* dan 5.924.316 kali ditonton pada *channel YouTube* Adrian Wardhana.

Tempat atau lokasi syuting Adrian Wardhana kebanyakan dilakukan di rumahnya sendiri untuk konten *indoor* seputar *review* HP dan makanan, Warnet keluarganya untuk konten Harian Anwar. Dan untuk syuting konten *outdoor* tempatnya sesuai dengan kebutuhan atau tema kontennya.

2. Video-video pada Channel Youtube Adrian Wardhana

Ada sebanyak 26 video yang ada pada *channel YouTube* Adrian Wardhana yang diunggahnya sejak tahun 2016 sampai sekarang. Yang berdurasi sekitaran 2 sampai 15 menit. Yaitu sebagai berikut:

- a. Harian Anwar (anak warnet) # alasan kenapa peralatan di Warnet cepat rusak.

Dipublikasikan pada tanggal 19 Desember 2016, berdurasi 2:23, dan ditonton sebanyak 353.882 kali.

- b. Harian Anwar (anak warnet) – bermain gratis di Warnet.

Dipublikasikan pada tanggal 19 Juli 2017, berdurasi 6:41, dan telah ditonton sebanyak 1.515.839 kali.

- c. Selamat tinggal power bank – review Asus Zenfone Max Pro M1.

Dipublikasikan pada tanggal 16 Agustus 2018, berdurasi 7:16, dan telah ditonton sebanyak 23.804 kali.

- d. Air putih Rp. 2.900 vs 3000 # sama-sama murah.

Dipublikasikan pada tanggal 29 September 2018, berdurasi 2:20, dan telah ditonton sebanyak 39.930 kali.

⁵⁷ Adrian Wardhana, Youtuber, Wawancara, Sudiang, 01 Agustus 2019

- e. Review Realme C1- pilihan HP berponi termurah.

Dipublikasikan pada tanggal 10 November 2018, berdurasi 7:31, dan telah ditonton sebanyak 20.044 kali.

- f. Jalangkote yang paling enak di Makassar.

Dipublikasikan pada tanggal 21 November 2018, berdurasi 15:15, dan telah ditonton sebanyak 156.548 kali.

- g. Sedikit menyesal belinya, walaupun harganya sedikit murah- Review Vivo Y91.

Dipublikasikan pada tanggal 28 November 2018, berdurasi 12:27, dan telah ditonton sebanyak 257.028 kali.

- h. Alhamdulillah Sarjana- Beberapa hal yang terjadi setelah lulus.

Dipublikasikan pada tanggal 1 Desember 2018, berdurasi 8:26, dan telah ditonton sebanyak 89.335 kali.

- i. Coto Makassar yang paling enak di Makassar.

Dipublikasikan pada tanggal 9 Desember 2018, berdurasi 12:58, dan telah ditonton sebanyak 135.237 kali.

- j. Megah Mie - Mie instan legend di Makassar.

Dipublikasikan pada tanggal 21 Desember 2018, berdurasi 2:55, dan telah ditonton sebanyak 156.938 kali.

- k. Review Samsung Galaxy A9- HAPE yang punya 4 kamera tapi spesifikasinya sedikit mengecewakan.

Dipublikasikan pada tanggal 31 Desember 2018, berdurasi 14.:05, dan telah ditonton sebanyak 39.495 kali.

- l. UIN Alauddin yang selalu dipandang sebelah mata.

Dipublikasikan pada tanggal 3 Januari 2019, berdurasi 7:10, dan telah ditonton sebanyak 202.499 kali.

- m. Alhamdulillah tidak menyesal belinya walaupun harganya sedikit lebih mahal- Revie Vivo Y93.

Dipublikasikan pada tanggal 11 Januari 2019, berdurasi 10:43, dan telah ditonton sebanyak 159.979 kali.

- n. Harian toko material- Pembeli yang malas dan suka menawar.

Dipublikasikan pada tanggal 23 Januari 2019, berdurasi 5:43, dan telah ditonton sebanyak 491.259 kali.

- o. De Jalkots- jalangkote yang paling beda dan enak di Makassar + Give away.

Dipublikasikan pada tanggal 26 Januari 2019, berdurasi 12:42, dan telah ditonton sebanyak 61.704 kali.

- p. Harian Anwar (anak warnet) - Kelakuan orang yang datang ke Warnet.

Dipublikasikan pada tanggal 14 Februari 2019, berdurasi 5:50, dan telah ditonton sebanyak 688.358 kali.

- q. Akhirnya pakai poni juga- Review Samsung Galaxy M20.

Dipublikasikan pada tanggal 20 Februari 2019, berdurasi 13:16, dan telah ditonton sebanyak 58.383 kali.

- r. Mana paling enak ? review Pisang Ijo vs Barongko vs Pisang Epe.

Dipublikasikan pada tanggal 27 Februari 2019, berdurasi 11:49, dan telah ditonton sebanyak 54.609 kali.

- s. Harian Anwar (Anak Warnet) Curhatan orang yang main di Warnet.

Dipublikasikan pada tanggal 2 Maret 2019, berdurasi 7:08, dan telah ditonton sebanyak 918.536 kali.

- t. Coba-coba pakai iPhone 7 second ditahun 2019.

Dipublikasikan pada tanggal 29 Maret 2019, berdurasi 13:10, dan telah ditonton sebanyak 108.537 kali.

- u. Review terminal parkir elektronik Makassar.

Dipublikasikan pada tanggal 7 April 2019, berdurasi 9:24, dan telah ditonton sebanyak 49.485 kali.

- v. Sop saudara yang paling enak di Makassar.

Dipublikasikan pada tanggal 26 April 2019, berdurasi 11:51, dan telah ditonton sebanyak 51.374 kali.

- w. Beberapa perubahan yang terjadi di Kota Makassar.

Dipublikasikan pada tanggal 18 Mei 2019, berdurasi 9:37, dan telah ditonton sebanyak 328.660 kali.

- x. Beberapa hal yang saya suka dari Realme C2 Ram 3/32 (Review).

Dipublikasikan pada tanggal 28 Juni 2019, berdurasi 9:14, dan telah ditonton sebanyak 16.377 kali.

- y. Review Oppo A1K yang hampir mirip sama Realme C2.

Dipublikasikan pada tanggal 14 Juli 2019, berdurasi 9:24, dan telah ditonton sebanyak 8.980 kali.

- z. Setelah 1 minggu lebih pakai Vivo S1 (Review).

Dipublikasikan pada tanggal 30 Juli 2019, berdurasi 10:26, dan telah ditonton sebanyak 11.949 kali.

B. Konten Youtube Adrian Wardhana

Konten youtube Adrian Wardhana terdiri dari 3 konsep yaitu makanan, elektronik, dan keresahan di masyarakat Makassar yaitu sebagai berikut:

1. Konten makanan

- a. De Jalkots – Jalangkote yang paling beda dan enak di Makassar + Give away.



Gambar 4.3

Konten *YouTube* ini berisi tentang makanan ringan kuliner khas Makassar yaitu jalangkote yang sudah berinovasi bernama De Jalkots dengan semboyan bukan jalangkote biasa. Syutingnya dilakukan di *outlet* De Jalkots Jl. Abdullah Daeng Siruang No.112, Tamamaung, Panakukang, Kota Makassar. De Jalkots ini bisa dipesan via *online* yang dapat diantarkan langsung ke rumah pembeli ataupun mendatangi langsung *outlet*-nya, dan dapat pula dipesan melalui aplikasi Gojek ataupun Grab.

De Jalkots memiliki 4 varian rasa jalangkote. Yang pertama adalah Chicken Original yang bentuknya tidak jauh berbeda dari jalangkote pada umumnya tapi yang membedakan terletak pada ukurannya lebih besar dan isinya yang tidak

hanya terdiri dari potongan-potongan sayur seperti kentang dan wortel, bihun tetapi ada juga potongan daging ayam.

Yang kedua adalah jalangkote Chicken Cheese yang dari ukuran dan bentuk sama dengan varian rasa sebelumnya (chicken original) yang membedakannya terletak pada isinya yang tidak hanya ada potongan daging ayam tetapi ditambahkan dengan keju yang meleleh. Takaran keju yang pas dan direkomendasikan untuk pecinta keju.

Yang ketiga adalah jalangkote Lada Hitam yang penampakan atau tampilannya masih sama dengan varian rasa sebelumnya (chicken original dan chicken cheese) yang membedakan lagi-lagi terletak pada isinya. Isi dari varian rasa ini bukan hanya potongan-potongan sayur (kentang dan wortel), bihun yang dicampur potongan daging ayam, melainkan daging sapi.

Biasanya kita menjumpai daging sapi pada makanan seperti konro, coto ataupun palubasa tapi kali ini berbeda karena jalangkote De Jalkots varian Lada Hitam terdapat potongan daging sapi yang telah diberi bumbu atau dicampur dengan lada hitam.

Yang keempat adalah jalangkote Black Jalkot dari tampilan luar sudah terdapat perbedaannya berupa tampilan warna kulit jalangkote yang berbeda dengan ketiga varian rasa sebelumnya, seperti namanya jalangkote varian ini kulitnya berwarna hitam.

Black Jalkot berwarna hitam karena kulitnya mengandung *charcoal* atau arang bambo dari Jepang. Rasa dari varian inipun berbeda karena isinya adalah potongan sayur (kentang dan wortel), bihun, daging sapi yang telah dibumbui dengan lada hitam, dan lelehan keju.

Tidak hanya jalangkote yang terdapat di De Jalkots tapi ada juga bomboloni dan tahu isi yang mereka sediakan. Bomboloni yang dimaksud disini adalah donat yang tidak memiliki lubang pada tengah adonan donat, kalau donat pada umumnya memiliki toping diatasnya bomboloni ini diberi isian glaze pada tengah adonan.

Tahu isi De Jalkots berbeda dengan tahu isi pada umumnya karena isinya tidak hanya potongan sayur (kentang dan wortel), bihun tapi ada juga jagung, bakso dan daging gilingnya yang membuat isinya benar-benar lengkap, dan dari ukurannya lebih besar.

Dari semua menu jalangkote yang diujahkan De Jalkots Adrian Wardhana memilih jalangkote dengan varian rasa Lada Hitam karena merasa paling pas dilidahnya tetapi yang paling lengkap atau komplit isiannya adalah jalangkote Black Jalkot. Video ini sudah ditonton sebanyak 61.492 kali.

Pada video tersebut De Jalkots juga memberi *giveaway* untuk penonton berupa *voucher* makan jalangkote gratis di De'Jalkots sebesar 500.000 untuk 5 orang pemenang, masing-masing mendapatkan 100.000. Caranya dengan *follow* Instagram @DeJalkots, koment dan jawab pertanyaan di postingan foto Adrian yang sedang makan jalangkote.

b. Megah Mie- mie instan legend di Makassar.



Gambar 4.4

Konten *YouTube* ini berisi tentang pembahasan seputar mie instan buatan PT. Megahputra Sejahtera dengan merek Megah Mie Kaldu Ayam dengan berat 70gr. Tersedia dalam packing bal atau dos. Kantor bertempat Jl. Karaeng Pattingaloang No.1, Makassar.

Megah Mie merupakan mie instan lokal yang diproduksi di Makassar yang populer saat masih menjadi idola anak-anak kecil di TV. Walaupun Megah Mie sudah jarang terdengar kabarnya tapi mie tersebut masih ada sampai sekarang.

Seperti yang diungkapkan Adrian Wardhana dalam videonya pada durasi 0:28 sampai 0:50:

“Dulu Megah Mie sempat menjadi mie *legend*, dengan istilah “andalan na tosseng anak-anak kah..”, dan sering memicu pertengkaran dikalangan anak-anak kecil karena jika ada yang memiliki Megah Mie dia tidak mau untuk berbagi dengan teman-temannya walaupun diejek dengan kata “gi’gili ataupun sekke”, yang jelas dia dapat menikmati Megah Mie hingga bumbu-bumbu trakhir dengan cara memakan mentah”.⁵⁸

⁵⁸ Channel *YouTube* Adrian Wardhana, video “Megah Mie- mie instan legend di Makassar”

Megah Mie dikalangan anak-anak kecil memang dinikmati dengan cara dimakan mentah atau dimakan langsung tanpa diseduh. Dipublikasikan pada tanggal 21 Desember 2018 dan ditonton sebanyak 156.502 kali.

c. Uraian analisis peneliti

Konten adalah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Penyampaian konten dapat dilihat dari berbagai medium seperti internet, CD, audio, bahkan secara langsung seperti konferensi dan pertunjukan panggung. Istilah konten digunakan untuk mengidentifikasi dan menguantifikasi beragam format dan genre informasi sebagai komponen nilai tambah.

Melihat dari teks atau naskah, gambar (*visual*), dan suara (*audio*) video “De Jalkots – Jalangkote yang paling beda dan enak di Makassar + Give away” dan “Megah Mie- mie instan legend di Makassar” tergolong dalam kategori konten makanan, karena membahas tentang sesuatu objek melalui sudut pandang Adrian Wardhana dan dalam video tersebut menjelaskan seputar makan baik dalam naskah, serta *audio*, dan gambar (*visual*) yang memperlihatkan produk makanan tersebut.

2. Keresahan

a. Harian Anwar (anak warnet) – Bermain gratis di Warnet.



Gambar 4.5

Konten *YouTube* ini berisi tentang pengalaman ataupun keseharian seorang penjaga Warnet dengan berbagai macam sifat pelanggan yang melakukan beberapa trik untuk bermain secara gratis (tidak bayar) di Warnet. Lokasi syuting di Warnet Rezky.net Jl. Prumnas Raya, Sudiang. Dipublikasikan pada tanggal 19 Juli 2017, sudah ditonton sebanyak 1.486.151 kali.

Pelanggan yang pertama sehabis bermain Warnet, ketika hendak membayar beralasan tidak memiliki uang tunai sejumlah yang harus dibayarnya dan berencana untuk pergi sebentar mengambil uang di atm, tetapi ketika sampai didepan atm dia menengok untuk melihat kondisi yang aman kemudian pergi dan tidak kembali ke Warnet. Pada durasi 0:14 sampai 1:59.

Pelanggan yang kedua adalah seorang anak SMP yang sudah membayar untuk main selama 5 jam. Kemudian dihampiri oleh temannya yang menyaksikan atau menonton dia bermain game, tidak lama setelah itu datanglah kakak dari anak yang bermain game tersebut mencarinya untuk diajak pulang ke rumah dan waktu main yang tersisa dilanjutkan oleh temannya. Pada durasi 2:04 sampai 3:47.

Pelanggan yang ketiga adalah seorang anak lelaki yang datang menggunakan hoodie dengan tudung kepala meminta bermain warnet di computer nomor 30 dengan biaya Rp. 1.000. membuat *google* lalu mencari “cara mematikan *billing* di Warnet”. Pada durasi 3:48 sampai 4:20.

Pelanggan selanjutnya adalah seorang seorang Bapak yang membawa anaknya ke Warnet. Awalnya menanyakan kabar Ayah Adrian Wardhana lalu meminta main game secara gratis di Warnet untuk anaknya, berselang dua jam waktu yang diberikanpun habis dan anak tersebut berlari keluar. Tidak lama anak tersebut datang kembali bersama Ayahnya dan kembali meminta untuk diberi main game kembali.

- b. UIN Alauddin yang selalu dipandang sebelah mata.



Gambar 4.6

Konten youtube ini berisi tentang pandangan masyarakat mengenai kampus UIN Alauddin Makassar. Dipublikasikan pada tanggal 3 Januari 2019, berdurasi selama 7:10 menit, dan telah ditonton sebanyak 202.504 kali. Merupakan video keduabelas yang diunggah di *channel YouTube* Adrian Wardhana.

Universitas Islam Negeri Makassar adalah Perguruan Tinggi Islam Negeri yang berada di Makassar. Penamaan UIN di Makassar dengan Alauddin diambil dari nama raja Kesultanan Gowa yang pertama memeluk Islam dan menerima agama Islam sebagai agama kerajaan.

Didirikan pada tahun 1965, yang bermoto “pencerdasan, pencerahan dan prestasi. memiliki 2 kampus yang bertempat di Jl. Sultan Alauddin No. 63 kota Makassar untuk kampus 1 dan di Jl. Sultan Alauddin No. 36, Samata, Kabupaten Gowa untuk kampus 2.

Seperti yang diungkapkan Adrian Wardhana:

“UIN Alauddin Makassar merupakan salah satu kampus Negeri di kota Makassar tapi tetap saja mahasiswa yang kuliah di UIN itu sering dipandang sebelah mata dibanding mahasiswa di kampus Negeri lainnya”.

“Terserah kita itu mau lolos jalur SMPTN, SBMTPN atau jalur apapun, selama itu kau lulus di UIN ada-ada saja kelakuan temanmu yang bikin kau itu terheran-heran”.⁵⁹

Pandangan itulah yang harus diubah karena sekarang UIN Alauddin Makassar telah mendapatkan akreditasi “A”. akreditasi adalah penilaian terhadap kelayakan dan pemeringatan suatu program studi atau jurusan yang dilakukan oleh Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN PT) dan digunakan sebagai pengakuan dari badan atau instansi yang lain.

c. Uraian analisis peneliti

Konten keresahan adalah video yang membahas suatu isu tertentu dan terdapat dalam aspek naskah, *audio*, ataupun gambar (visual). Pada video “Harian Anwar (anak warnet) – Bermain gratis di Warnet” dan “UIN Alauddin yang selalu dipandang sebelah mata” tergolong pada konten keresahan karena dapat dilihat dari segi naskah, *audio*, dan gambar (visual). Mengangkat isu keresahan yang terjadi di masyarakat kemudian Adrian Wardhana membahas isu tersebut tersebut melalui sudut pandangnya di dalam videonya.

⁵⁹ Channel YouTube Adrian Wardhana pada video “Uin Alauddin yang selalu dipandang sebelah mata.”

3. *Gadget*

- a. Sedikit menyesal belinya, walaupun harganya sedikit murah- *Review Vivo Y91.*



Gambar 4.7

Konten youtube ini berisi tentang *review* hp Vivo Y91 yang memiliki spesifikasi RAM 2GB yang bertandem dengan prosesor octa-core dari chipset Snapdragon 439. Secara keseluruhan, *desain* maupun tampilan Vivo Y91 masih terlihat sama dengan saudaranya yaitu Vivo Y95. Yang cukup mencolok adalah *cover* bagian belakang yang terlihat berkilau karena mengadopsi gradasi warna yang menghadirkan kesan mewah.

Untuk kamera Vivo Y91 dibekali dengan dua kamera yang masing-masing beresolusi dual 13MP, f/2.2, PDAF dan 2MP, f/2.4, depth sensor, memiliki fitur LED flash, panorama untuk kamera belakang, dan video 1080p@30FPS. 8MP, f/1.8, memiliki fitur *al face beauty*. Konektivitas dua SIM (nano), jaringan GSM/HSPA/LTE, *speed* 4G. Daya baterai sebesar 4030 mAh.

Seperti yang diungkapkan Adrian Wardhana:

“Makanya saya beli HP ini karena yang pertama itu *desain* yang unik, terus yang paling pertama sekali itu karena murah. Karena untuk dapatkan model yang hampir sama itu kita harus beli Vivo V11 yang harganya waduh belum cocok untuk saya jadi saya cari saja yang sesuai dengan kantong dan bisa sedikit bergaya yaitu Vivo Y91 ini yang harganya Rp. 1.999.000”

“dari segi spesifikasi agak sedikit buruk karena dengan harga 1.999.000 itu RAMnya cuma 2GB/16GB”.⁶⁰

Dipublikasikan tanggal 28 November 2018 pada *channel Youtube* Adrian Wardhana, berdurasi 12:27 dan telah ditonton 257.035 kali.

- b. Alhamdulillah tidak menyesal belinya walaupun harganya sedikit lebih mahal- *Revie Vivo Y93*.



Gambar 4.8

Konten youtube ini berisi tentang *revie* hp Vivo Y93 yang dibekali spesifikasi RAM 3GB/32GB, presesor octa-core dengan clockspeed 2.0 Ghz dari chispet Mediatek Helio P22 plus GPU Power VR GE8320. Desain layar Ultra All Screen berukuran 6,22 inci dengan poni yang semakin ringkas.

Seperti yang diungkapkan Adrian Wardhana:

“Kenapa saya beli Vivo Y93 ini karena kemaren sempat pakai Asuz Zenfone Max Pro, jujur spesifikasi memang mantap tapi saya itu agak sedikit kecea sama hasil kameranya terutama saat kita pakai bikin *insta story* ataupun *video call* bisa dibilang jelek begitu”.⁶¹

“Cuma karena RAMnya itu sedikit kecil, cuman 2GB saya itu langsung urungkan niat kembali untuk pakai Vivo Y91, dan untungnya saya itu langsung ketemu dengan Vivo Y93 ini, yang dimana saya itu sisa tambah

⁶⁰ *Channel Youtube* Adrian Wardhana pada video “*Sedikit menyesal belinya, walaupun harganya sedikit murah- Review Vivo Y91*”.

⁶¹ *Channel YouTube* Adrian Wardhana pada video “*Alhamdulillah tidak menyesal belinya walaupun harganya sedikit lebih mahal- Revie Vivo Y93*”.

sedikit harga dari Vivo Y91 saya itu sudah dapat HP yang sudah bisa bergaya, terus RAMnya juga sudah 3GB/32GB”.⁶²

Bodi berdimensi 155.1x75.1x8.3, dengan berat 163 gram, layar IPS LCD 6.22 inci 720x1520 piksel, rasio 19:9. Baterai 4030 mAh. Kamera depan 8MP, f/2.0 dengan fitur AI Face Beauty. Kamera belakang dual 13MP, f/2.2, PDAF dan 2MP, f/2.4, depth sensor, dengan video 1080p@30fps, dan fitur LED *flash*.

Dengan dual SIM (nano), jaringan GSM/HSPA/LTE, *speed* 4G. pada *cover* belakang tepatnya diatas logo Vivo terdapat sensor *fingerprint*. Tidak hanya itu, untuk membuka kunci layar Vivo Y93 juga telah dibekali dengan *face Access*. Video ini dipublikasikan tanggal 11 Januari 2019 pada *channel YouTube* Adrian Wardhana yang berdurasi 10:43, dan telah ditonton sebanyak 160.020 kali.

c. Uraian analisis peneliti

Video yang berjudul “Sedikit menyesal belinya, walaupun harganya sedikit murah- *Review* Vivo Y91” dan “Alhamdulillah tidak menyesal belinya walaupun harganya sedikit lebih mahal- *Review* Vivo Y93” tergolong dalam kategori *review gadget* karena dari segi naskah, *audio* membahas tentang *gadget*, dan gambar (visual) memperlihatkan seputar tampilan dari *gadget* yang dibahas.

⁶² *Channel YouTube* Adrian Wardhana pada video “Alhamdulillah tidak menyesal belinya walaupun harganya sedikit lebih mahal- *Review* Vivo Y93”.

C. Teknik Sinematografi Youtuber Adrian Wardhana

Teknik sinematografi yang diterapkan oleh Adrian wardhana pada akunnya terdiri dari 5 teknik sinematografi yaitu sebagai berikut

1. Camera angle (sudut pengambilan gambar)

Sudut pandang kamera adalah salah satu teknik yang dilakukan saat mengambil gambar suatu objek. Dengan sudut tertentu akan dapat menghasilkan suatu gambar yang menarik dan dapat menciptakan kesan tertentu pada gambar yang disajikan.

Camera angle penting karena *angle* membentuk sudut pandang yang akan mempengaruhi persepsi penonton dan dapat menggiring penonton kearah penghayatan dalam tayangan yang telah dibuat, dimana pada akhirnya penonton melalui proses imajinasi alam pikiran yang dapat merasakan arti ketegangan, kegembiraan, ketekutan, kesedihan, keharuan dibalik alur cerita yang ditonton.

Menurut Joseph V. Mascelli A.S.C dalam teknik sinematografi camera angel terbagi menjadi tipe-tipe camera angel dan level camera angel yaitu sebagai berikut:

a. Tipe-tipe camera angel

Tipe-tipe camera angel yang diterapkan pada pengambilan gambar konten youtube Adrian wardhana ada dua yaitu camera angel objektif dan camera angel subektif seperti pada gambar dibawah ini.



Gambar 4.9

Camera angle objektif

Gambar diatas tipe camera angle yang dipakai dalam pengambilan gambar adalah camera angel objektif yaitu Sudut pandang ini tidak melibatkan penonton ataupun pemain tertentu. Gambar diatas terdapat pada konten “Harian Toko Material – Pembeli yang malas dan menawar” pada pada menit 0:17, dipublikasikan tanggal 23 Januari 2019, telah ditonton 491.241 kali.



Gambar 4.10

Camera angle subjektif

Gambar diatas tipe camera angel yang dipakai adalah camera angle subjektif yaitu penempatan kamera yang bersifat mengajak penonton ikut berperan dalam peristiwa atau adegan. Gambar diatas terdapat pada konten “UIN Alauddin yang

selalu di pandang sebelah mata di Makassar”, durasi 0:26, dipublikasikan tanggal 3 Januari 2019, dan telah ditonton sebanyak 202.492 kali.

Dan *point of view* merupakan sudut pandang gabungan dari sudut pandang kamera sebelumnya. Sudut pandang ini menempatkan kamera sedekat mungkin dengan objek subjektif. Hal ini bertujuan untuk memberikan kesan penonton berada pipi dengan salah satu pemain. *Angle* kamera *Poin of view* atau disingkat POV merekam adegan dari titik pandang pemain tertentu.

POV *shot* adalah sedekat *shot* objektif dalam kemampuan “*mengapproach*” sebuah *shot* subjektif – dan tetap objektif. Kamera ditempatkan pada sisi pemain subjektif – yang titik pandangnya digunakan – sehingga penonton mendapatkan kesan berdiri berada pipi dengan yang berada di luar layar.

b. Level camera angel

pembuatan konten youtube Adrian Wardhana juga menerapkan level camera angel pada proses pembuatan konten yaitu dengan *eye level angel* dan *high level angle*. *Eye level angel* adalah sudut pandang gambar yang diletakkan sejajar dengan objek atau sejajar dengan mata penonton seperti pada gambar dibawah ini.



Gambar 4.11

Eye level angel

“Harian Anwar (anak warnet) – curhatan yang main di Warnet” durasi 2.04, dipublikasikan tanggal 2 maret 2019, telah ditonton sebanyak 918.419 kali.

Pengambilan sudut pandang gambar yang diterapkan oleh Adrian wardhana cenderung menggunakan *eye level camera* karena proses pembuatan konten lebih banyak dilakukan didalam ruangan dengan menjelaskan suatu produk yang menjadi tema untuk konten pada *channel YouTube* nya.

Eye level camera 95 derajat antara objek dengan camera yang menampilkan gambar yang sejajar atau lurus dengan penonton, yang menghasilkan penayangan gambar seolah-olah penonton terlibat atau mengajak penonton untuk didalamnya sehingga membuat penonton merasakan keterkaitan emosional terhadap yang ditontonnya

Selain itu Adrian wardhana juga menggunakan *high level camera* yaitu sudut pengambilan gambar tepat diatas objek sehingga tampak terekspose dari bagian atas. Posisi kamera lebih tinggi dari obek sehingga kamera harus menunduk dalam pengambilan gambar seperti pada gambar dibawah ini



Gambar 4.12

high level camera

Gamar diatas terdapat pada “Harian Anwar (anak warnet) – Bermain Gratis di Warnet, durasi pada menit 3:08, dipublikasikan pada tanggal 19 Juli 2019, dan ditonton sebanyak 1.515.775 kali.

2. Shot size (ukuran gambar)

Ukuran gambar merupakan besar atau kecilnya subjek dalam sebuah frame.

Shot size yang digunakan oleh Adrian Wardahana ada beberapa macam yaitu sebagai berikut:

a. Extreme long shot



Gambar 4.13

Gambar diatas menunjukkan teknik pengambilan gambar *shot size extreme long shot*. *Extreem long shot* merupakan kekuatan yang ingin menetapkan suatu (peristiwa, pemandangan) yang sangat jauh. Panjang dan luas dimensi lebar. Gambar diatas terdapat pada konten “Beberapa perubahan yang terjadi di kota Makassar 2019” pada durasi menit 5.37, dipublikasikan tanggal 18 mei 2019, telah ditonton sebanyak 328.649 kali.

b. Very long shot



Gambar 4.14

Very long shot

Gambar diatas menunjukkan teknik pengambilan gambar *shot size very long shot*. *Very long shot* menunjukkan subjek yang berada di tengah lingkungan sekitarnya. Dalam jenis ini lingkungan di sekitar subjek lebih dominan. *Very long shot* menampilkan kesan yang luas . Gambar d terdapat pada konten “Beberapa perubahan yang terjadi di kota Makassar 2019”, durasi 0:16, dipublikasikan tanggal 18 mei 2019, telah ditonton sebanyak 328.649 kali.

c. *Long shot*



Gambar 4.15

Long shot

Pada gambar diatas menunjukkan teknik pengambilan gambar shot size long shot. *Long shot* merupakan jenis pengambilan gambar yang menunjukkan keseluruhan tubuh dari kepala sampai kaki. Gambar diatas terdapat pada konten “Harian Anwar (anak warnet) – Bermain gratis di Warnet”, durasi 4:45, yang dipublikasikan tanggal 19 Juli 2017, dan ditonton sebanyak 1. 515. 775 kali.

d. *Medium long shot*



Gambar 4.16

Medium long shot

Pada gambar diatas menunjukkan teknik pengambilan gambar shot size *Medium long shot*. *Medium long shot* merupakan jenis pengambilan gambar yang menunjukkan mulai dari kepala sampai tepat dibawah lutut. Gambar diatas terdapat pada konten “Harian Anwar (anak warnet) – Bermain gratis di Warnet”, durasi 3:51, yang dipublikasikan tanggal 19 Juli 2017, dan ditonton sebanyak 1. 515. 775 kali.

e. *Medium shot*



Gambar 4.17

Medium Shot

Pada gambar diatas menunjukkan teknik pengambilan gambar shot size *Medium shot*. *Medium shot* merupakan jenis pengambilan gambar yang menunjukkan dari kepala hingga pinggul. Ukuran ini berfungsi menunjukkan siapa yang sedang melakukan kegiatan. Gambar tersebut terdapat pada konten yang berjudul “Harian

Toko Material – Pembeli yang malas dan menawar”, durasi ke- , dipublikasikan tanggal 23 Januari 2019, telah ditonton 491.241 kali.

f. *Medium Close up*



Gambar 4.18

Medium close up

Pada gambar diatas menunjukkan teknik pengambilan gambar shot size close up. Jenis ini hanya mengambil bagian kepala objek yang melakukan kegiatan. Hal ini bertujuan untuk menfokuskan sebuah kegiatan yang sedang dilakukan. Gambar diatas terdapat pada konten “Harian Anwar (anak warnet) – Bermain gratis di Warnet”, durasi 4:36, yang dipublikasikan tanggal 19 Juli 2017, dan ditonton sebanyak 1. 515. 775 kali.

g. *Close up*



Gambar 4.19

Close up

Pada gambar diatas menunjukkan teknik pengambilan gambar shot size big close up. Tipe big close up memperlihatkan bagian wajah yang memenuhi frame. Gambar diatas terdapat pada konten “Harian Anwar (anak warnet) – Bermain gratis di Warnet”, durasi 0:56, yang dipublikasikan tanggal 19 Juli 2017, dan ditonton sebanyak 1. 515. 775 kali.

3. *Composition* (komposisi)

Komposisi adalah suatu cara untuk meletakkan objek gambar di dalam layar sehingga gambar tersebut tampak menarik, menonjol dan bisa mendukung alur cerita.⁶³ Dalam sinematografi terdapat beberapa konsep dasar yang harus dipahami dengan baik ketika memproduksi gambar atau mengambil gambar agar dapat menghasilkan kualitas gambar yang bagus.

Dalam sinematografi komposisi merujuk pada pembingkaiian gambar, pencahayaan, tata warna dan ruang agar dapat menghasilkan kesan pada khalayak penonton serta bagaimana gambar-gambar terus disajikan.

⁶³ Bambang Samedhi, *Sinematografi-Videografi suatu pengantar*, (Bogor: Ghalia Indonesia:2001) hal. 43.

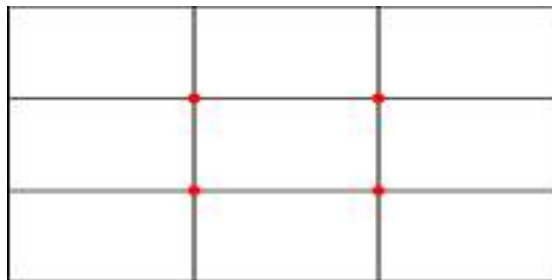
Komposisi adalah ilmu tata letak yang menjelaskan tentang menempatkan suatu pada letaknya atau gambar harus rapi letaknya karena itu menentukan penonton dapat digiring kedalam roh gambar. Dapat mengajak penonton untuk merasakan kedalaman gambar atau ikut masuk kedalam video (hayut atau terlibat) yang ditontonnya.

Menurut Joseph V. Mascelli A.S.C komposisi dalam teknik sinematorafi terbagi dalam beberapa jenis. Hal ini juga sejalan dengan yang dilakukan Adrian wardhana dalam melakukan proses pengambilan gambar

a. *Rule of third*

Pada proses pembuatan konten youtube Adrian wardhana juga melakukan teknik komposisi rule of third. Rule of third adalah teknik komposisi yang membagi frame kedalam 3x3 yang terdiri dari 9 kotak. Seperti pada gambar dibawah ini

Komposisi rule of third



Gambar 4.20

Tujuannya adalah agar *frame* gambar menjadi beraturan, jadi *frame* yang diambil terlihat indah dan enak dilihat. Selain itu dengan menempatkan objek berdasarkan titik-titik tertentu, objek gambar tidak berada terlalu ke pinggir kiri maupun kanan, namun juga tidak membosankan karena berada di tengah *frame*.

b. *Head Room*

Head room adalah komposisi yang membahas tentang posisi vertikal didalam frame. Head room mengacu pada bagian atas kepala dalam frame. Hal ini uga dilakukan Adrian Wardhana pada proses pengambilan gambar seperti dibawah ini:



Gambar 4.21

Gambar ini terdapat pada konten “UIN Alauddin yang selalu di pandang sebelah mata di Makassar”, durasi ke- 1:37, dipublikasikan tanggal 3 Januari 2019, dan telah ditonton sebanyak 202.492 kali. Dengan melakukan teknik ini, objek gambar terlihat memiliki ruang gerak yang cukup di atas kepala sehingga memberi kesan luas.

c. *Looking room/nose room*

Pada bagian *head room* dihitung secara vertikal, maka *looking room* adalah ruang yang dilihat secara horizontal. Adrian wardhana juga menerapkan *Looking room* untuk memberikan ruang yang cukup bagi objek gambar mengarahkan pandangannya. Seperti pada gambar dibawah ini.



Gambar 4.22

Gambar ini terdapat pada konten “Harian Anwar (anak warnet) – Bermain gratis di Warnet”, durasi ke-4:29 , dipublikasikan tanggal 19 Juli 2017, dan telah ditonton sebanyak 1.515.928 kali. Harus selalu ada ruang lebih di arah pandangan mata dibandingkan di sisi sebelahnya. Komposisi ini disebut juga sebagai *nose room*.

d. *Natural framing*

Pada *natural framing* objek gambar ditempatkan di tengah *frame*. Cara pengambilan gambar ini cocok untuk menangkap perhatian penonton secara cepat . Seperti pada gambar dibawah ini.



Gambar 4.23

Gambar ini terdapat pada konten “De Jalkots- jalangkote yang paling beda dan enak di Makassar + Give away”, yang berdurasi 12:42, dipublikasikan pada 26 Januari 2019, dan telah ditonton sebanyak 61.705 kali.

e. *Leading lines*

Leading lines adalah garis gambar yang mengarahkan mata dari satu titik pada titik lain pada gambar melalui satu garis lurus yang dibuat diagonal. Seperti pada gambar dibawah ini.



Gambar 4.24

Leading lines

Gambar ini terdapat pada konten “Beberapa perubahan yang terjadi di Kota Makassar 2019” pada durasi 1:45, dipublikasikan pada 18 Mei 2019, dan telah ditonton 328.669 kali.

4. *Cutting* (potongan)

Cutting termasuk dalam proses *editing*. *Editing* merupakan suatu peroses memilih gambar-gamabar kemudian ditata untuk mendapatkan gamabar yang mempunyai satu kesatuan cerita. Pada proses *editing* tidak boleh ada potongan gambar yang hilang.

Dari satu *scene* ke *scene* yang lain harus saling berhubungan, tidak boleh ada satupun bendah yang berpindah dari tempatnya. Jika ingin memindahkannya harus menampilkan cara memindahkannya. Pada proses *editing* Adrian Wardhana menggunakan aplikasi “*hitfilm express*”

5. *Continuity* (kesinambungan)

Tidak hanya dalam pembuatan film yang memerlukan kesinambungan tapi dalam pembuatan konten-konten *YouTube* pun perlu meletakkan setiap komponen gambar yang diperlukan kedalam satu *frame* secara seimbang. Pada konten youtube Adrian Wardhana, ia juga menerapkan *continuity* dalam proses editingnya.

Dari *scene* awal hingga *scene* akhir tidak boleh ada benda yang hilang ataupun berpindah dari tempat semula tanpa memperlihatkan saat memindahkannya ataupun menjelaskan terlebih dahulu sebelum memulai ke *scene* selanjutnya. Semua unsur didalam video haruslah berkesinambungan, mulai dari *audio*, waktu, tempat, dan tidak boleh ada video yang *jumping*.

Dengan memiliki *continuity* yang benar akan membuat penonton menyatu ke dalam cerita yang kita bangun tanpa kita harus terganggu oleh perpindahan dari satu *shot* ke *shot* lain yang tidak berkesinambungan. Inti dari sebuah film, baik itu documenter maupun fiksi adalah agar penonton betah menyaksikan film dari awal hingga akhir.⁶⁴

Kesinambungan dalam sebuah video adalah dimana penonton tidak merasakan potongan-potongan gambar namun penonton merasakan video tersebut menjadi satu rangkaian kejadian, disinilah dibutuhkan proses kesinambungan antara gambar.

⁶⁴ <https://blogyounameit.wordpress.com/2014/04/10/tips-n-tricks-mengenal-istilah-5-c-dalam-sinematografi/>, diakses pada 14 Juli 2019.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah penulis menjelaskan hasil penelitian pada bab sebelumnya, bahwa penulis menyimpulkan bahwa:

1. Konten pada channel Adrian wardhana mencakup tiga tema utama yaitu makanan, keresahan masyarakat dan gadget. Pada tema makanan penulis memilih De Jalkots – Jalangkote yang paling beda dan enak di Makassar dan Megah Mie- mie instan legend di Makassar. Pada tema keresahan penulis memilih Harian Anwar (anak warnet) – Bermain gratis di Warnet dan UIN Alauddin yang selalu dipandang sebelah mata. Sedangkan untuk tema *gadget* penulis memilih Sedikit menyesal belinya, walaupun harganya sedikit murah- *Review* Vivo Y91 dan Alhamdulillah tidak menyesal belinya walaupun harganya sedikit lebih mahal- *Revie* Vivo Y93.
2. Ada 5 teknik sinematografi menurut Joseph V. Mascelli A.S.C yang juga dilakukan oleh Adrian whardhana dalam membuat konten youtube yaitu camera angel (sudut pengambilan gambar), Shot size (ukuran gambar), komposisi, cutting /editing, dan continuity (kesinambungan).

B. Implikasi Penelitian

Adapun implikasi penelitian yang dapat diberikan oleh peneliti terkait konten dan teknik sinematografi yang dilakukan oleh youtuber Adrian Wardhana yaitu:

1. Terus meningkatkan kemampuan Adrian Wardhana dalam memperdalam keterampilan teknik pengambilan gambar untuk meningkatkan kualitas video dalam *channel YouTube* Adrian Wardhana
2. Peneliti berharap konten untuk *channel YouTube* Adrian Wardhana lebih beragam lagi.
3. Peneliti berharap lokasi syuting untuk video pada *channel YouTube* Adrian Wardhana lebih bervariasi.
4. Peneliti berharap Adrian Wardhana dapat mempertahankan nilai-nilai agama dalam konten untuk *channel YouTube* nya.
5. Diperlukan tim atau sebuah crew untuk lebih meningkatkan kualitas pengambilan gambar dan keragaman konten yang ingin dibuat selanjutnya.
6. Adrian Wardhana diharapkan konsisten menyajikan konten yang bermanfaat untuk khalayak pada *channel YouTube* nya

DAFTAR PUSTAKA

- A, Abraham. *Sukses menjadi Artis dengan YouTube*. Surabaya: Reform Media, 2003.
- Arifuddin. *Metode Dakwah dalam Masyarakat*. Makassar: Alauddin University Press, 2011.
- Bungin, Burhan. *Metode Penelitian Sosial Format-format Kuantitatif dan Kualitatif*. Surabaya: Airlangga University Press, 2001.
- Departemen Agama Republik Indonesia. *Al-Quran Al-Karim dan terjemahannya*, Semarang: PT. Karya Toha Putra Semarang, 2012.
- Kindarto, Asdani. *Belajar Sendiri YouTube (Menjadi Mahir Tanpa Guru)*. Jakarta: PT Elexmedia Komputer, 2008.
- Kriyantono, Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana, 2007.
- M. Romli, Asep Syamsul. *Jurnalistik Online*, Bandung: Penerbit Nuansa Cendekia, 2004.
- McQuali, Dennis. *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Jakarta: Erlangga, 1992.
- Moleung, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2011.
- Nasrullah, Ruli. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi*, Bandung: Simbioasa Rekatama Media, 2006.
- Pawito. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: Lkis Pelangi Aksara, 2007.
- Shihab, M. Quraish. *Tafsir Al-Misbah, Pesan, Kesan dan Keserasian* Jakarta: Lentera Hati, 2002.
- Subiaktoi, Hendry, dan Rachmahilda. *Komunikasi, Politik, Media, & Demokrasi*. Jakarta: Kencana, 2012.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Elfabeta, 2007.
- Sutopo. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret, 2006.
- Syaodih, Sukmadinata Nana. *Metode Penelitian Pendidikan* Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009.

Tamburaka, Apriadi. *Literasi Media Cerdas bermedia Khalayak Media Massa*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003.

Widarmanto, Tjahjono. Pengantar Jurnalistik. Cet, I; Yogyakarta: Araska, 2017.

Sumber Jurnal:

Setiadi, Ahmad. *Pemanfaatan Media Sosial untuk Efektifitas Komunikasi*, Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika Vol. 1 No. 2, 2016.

Tjanatjantia. Widika dalam Fatty Faiah, Muh. Nadjib, 2016. Andi Subhan Amir, *YouTube sebagai sarana komunikasi bagi komunitas Makassarvidgram*, Jurnal Komunikasi KAREBA Vol. 5 No.2.

Sumber Online:

<https://id.wikipedia.org/wiki/YouTube>, diakses tanggal 27 Maret 2019.

<https://id.wikipedia.org/wiki/Berkas:901cherryave.jpg>, diakses tanggal 30 Maret 2019

https://id.wikipedia.org/wiki/Me_at_the_zoo, diakses tanggal 30 Maret 2019

<https://www.YouTube.com/id/yt/about/>, diakses tanggal 30 Maret 2019

<https://www.YouTube.com/intl/id/yt/about/policies/#community-guidelines>, diakses tanggal 30 Maret 2019.

Dr. Adian Husaini; *Republika Online, Epaper Republika*
<http://www.republika.co.id/berita/koran/islamia/15/04/16/nmw96t-islam-dan-informasi>, diakses pada tanggl 14 Juli 2019.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

PEDOMAN AWANCARA

1. Apa aktifitas anda sebelum jadi *youtuber*?
2. Apa yang membuat anda tertarik untuk menjadi *youtuber*?
3. Adakah motivasi tersendiri untuk menjadi *youtuber*?
4. Sejak kapan anda memulai jadi *youtuber*?
5. Bagaimana cara anda dalam menentukan konten untuk video selanjutnya pada *channel youtube* anda?
6. Adakah jadwal *dateline* untuk mengunggah video baru pada *channel youtube* anda?
7. Adakah tim atau *crew* yang anda miliki dalam membuat konten untuk *channel youtube* anda?
8. Adakah sosok yang memotivasi dari kalangan *youtuber*?
9. Dimana anda belajar sinematografi?
10. Apakah ada organisasi atau komunitas yang anda ikuti?
11. Bagaimana cara anda belajar untuk mengedit?
12. Berapa lama durasi aktu yang diperlukan untuk membuat konten?
13. Bisakah anda menjelaskan isi dari konten-konten pada *channel youtube* anda?

FOTO SAAT AWANCARA DENGAN ADRIAN WARDHANA



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Rezki Djunaid atau yang akrab disapa key atau kiki, lahir pada tanggal 11 Februari 1997, anak kedua dari 3 (tiga) bersaudara dari Ayahanda H. Djunaid Das dan Ibunda Hj. Sitti Patimah

Peneliti memulai pendidikan dari TK Bayangkari, Pangkajene pada tahun 2001 dan lanjut pendidikan pada Sekolah Dasar (SD) di SDN 28 Tumampua II pada tahun 2002 dan tamat pada tahun 2008.

Kemudian melanjutkan pendidikan pada Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMPS Pest. IMMIM PUTRI Minasatene Pangkep pada tahun 2008 dan tamat pada tahun 2011. Lalu melanjutkan Sekolah Menengah Akhir (SMA) di SMAS Pest. IMMIM PUTRI Minasatene Pangkep pada tahun 2011 sampai pada tahun 2014. Pada tahun 2014 melanjutkan pendidikan di Perguruan Tinggi Negeri (PTN) melalui jalur Ujian Masuk Mandiri (UMM) pada program Strata Satu (S1) di Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar, dan terdaftar sebagai mahasiswa(i) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Jurnalistik. Peneliti menyelesaikan skripsi yang berjudul skripsi “**Penerapan Sinematografi dalam Konten YouTube pada Channel Adrian Wardhana**” untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi.